# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

## FACULTAD JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

## CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TÍTULO:

*"Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras en la ciudad de Loja"*

TESIS PREVIA A OPTAR POR EL GRADO DE INGENIERA EN ADMNISTRACIÓN DE EMPRESAS


**AUTORA:**

*Jéssica Andrea Calva Colaizaca*

**DIRECTORA:**

*ING. TALÍA QUIZHPE SALAZAR.MAE.*


**LOJA - ECUADOR**

**2018**

# CERTIFICACIÓN

**Ing. Talía Quizhpe Salazar. MAE.**

**DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA.**

## CERTIFICO:

Haber culminado el desarrollo de la tesis de conformidad al cronograma establecido presentada por la postulante: **JESSICA ANDREA CALVA COLAIZACA**, cuyo tema se titula: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE LOJA",** el mismo que cumple con los aspectos de fondo y de forma exigidos en el Reglamento de Régimen Académico de la Universidad Nacional de Loja, por tal razón autorizo su presentación para los trámites correspondientes.

Loja, julio de 2018.

Atentamente,

.....

**Talía Quizhpe Salazar. MAE.**
**DIRECTORA DE TESIS**

## AUTORÍA

Yo **JESSICA ANDREA CALVA COLAIZACA**, declaro ser autora del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional-Biblioteca Virtual.

**Autora:** Jessica Andrea Calva Colaizaca

**Firma:**.....

**Cédula:** 1150013751

**Fecha:** Loja, julio de 2018

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO.**

Yo, Jessica Andrea Calva Colaizaca, declaro ser autora de la tesis titulada: **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE LOJA",** como requisito para optar al grado de **Ingeniera en Administración de Empresas,** autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la Tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 20 días del mes de julio del 2018, firma la autora.

**FIRMA:**.....

**AUTORA:** Jessica Andrea Calva Colaizaca

**CÉDULA:** 1150013751

**DIRECCIÓN:** Loja, Céli Román, Alfredo Mora Reyes y Benjamín Pereira

**CORREO ELECTRÓNICO:** andre-9494@hotmail.es

**CELULAR:** 0993201849

**DATOS COMPLEMENTARIOS**

**DIRECTOR DE TESIS**: Ing. Talía Quizhpe Salazar.MAE.

**TRIBUNAL DE GRADO:**

Ing Óscar Gómez Cabrera Mg.Sc (Presidente)
Ing. Gretty Salinas Ordóñez MAE. (Vocal)
Lic. César Neira Hinostroza Mg. Sc (Vocal)

## DEDICATORIA

Primeramente, quiero dedicar este trabajo de tesis a Dios por darme la fuerza y voluntad para seguir adelante a pesar de los momentos duros que me ha tocado vivir, a mis queridos padres por el apoyo incondicional especialmente a mi Padre quien ya no me acompaña hoy en día pero sé que en donde se encuentre estará orgulloso de mi, a mis hermanos por ser el pilar fundamental de mi vida, mi madre querida que lucha día a día por salir adelante, y a mi hija Isabelita quien es mi razón de vivir.

*Jessica Andrea Calva Colaizaca*

## AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi agradecimiento al altísimo y a la virgen María por mantenerme firme en mi fe y fortaleza en cada momento, a los docentes de la Carrera de Administración de empresas quienes han sabido impartir sus conocimientos y experiencias contribuyendo a mi formación profesional, de la misma manera a la Ingeniera Talía Quizhpe Salazar por haberme guiado como directora de tesis para el desarrollo y culminación del presente trabajo investigativo.

*Jessica Andrea Calva Colaizaca*

## a) TÍTULO

‘’ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE LOJA´´

## b) RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación es realizar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras en la ciudad de Loja, para ello se utilizaron métodos como el deductivo, inductivo y descriptivo-analítico, técnicas como la observación directa y encuesta las cuales fueron empleadas con la finalidad de llegar a la obtención de información relevante para el desarrollo del proyecto, las mismas que fueron dirigidas a las familias de la ciudad de Loja y a los locales comerciales de la localidad.

El propósito de la presente investigación es conocer si es factible la creación de una empresa productora de mermelada de verduras. El primer objetivo conocer si existe mercado o demanda, estableciéndose que la demanda insatisfecha es de 3002.793 gramos.

Como segundo objetivo se determinó la capacidad de producción la misma indica que la empresa utilizará el 100% de la capacidad instalada dando una producción anual de 72.388 unidades de mermelada de verduras de 227 gramos, además se determinó se localizará en la ciudad de Loja, calle Eugenio Espejo y Quinara.

El establecimiento del proceso productivo permitió conocer las necesidades que se tendrá en cuanto a maquinaria, herramientas, materia prima directa e indirecta, número de obreros etc. También se efectúo el estudio

administrativo en el cual se decidió se constituirá como Compañía de Responsabilidad Limitada y se elaboró la estructura orgánica y funcional en la que se indican los niveles jerárquicos tanto: Legislativo, Ejecutivo, Asesor, de apoyo y Operativo, se elaboró el manual de funciones y los puestos a crearse son: Gerente, Secretaria, Contadora, Asesor jurídico, Obrero y Vendedor.

La inversión que se requiere es de **$42715,48 dólares** y se propone se financie con aporte de los socios el 65% del total de la inversión que corresponde a 27. 715,48 dólares y un préstamo al banco de Loja el cual constituirá el 35% que corresponde a 15.000,00 dólares a 5 años plazo al 11% anual con pagos semestrales.

El costo unitario de fabricación para el primer año es de 1,49 centavos y para el año cinco es de 1,62 centavos, el precio de venta con el 34% de utilidad es de $2,00 para el año uno y para el año cinco $2,00, los ingresos totales en base a las unidades producidas por el precio de venta indica que para el primer año se tiene un ingreso de 144.634,69 dólares y para el quinto año de 144.476,81 dólares.

El punto de equilibrio para el primer año en función de la capacidad dio un porcentaje del 54,68% y en función de las ventas 79.079,74 dólares, para el quinto año un porcentaje del 63,38% en función de la capacidad y en función de las ventas 91.576,26 dólares.

La evaluación financiera presenta los siguientes resultados: El flujo de caja para el año 1 es de 24.229,24 dólares y para el año 5 de 23.331,32 dólares; en cuanto al Valor Actual neto dio un valor positivo de 38.206,17 dólares; la inversión se recuperará en 1 año 9 meses y 29 días, la relación beneficio costo indica que por cada dólar invertido se recibirá 0,29 centavos de utilidad.

La tasa interna de retorno es de 43,71%, la sensibilidad del proyecto indica que el proyecto no es sensible a los cambios tanto con el incremento del 13,54% en los costos y la disminución del 10,47% en los ingresos.

En base a estos resultados se demuestra que es recomendable la implementación de la empresa puesto que los indicadores son positivos para la ejecución del proyecto.

## SUMMARY

The general objective of this research is to carry out a feasibility study for the implementation of a vegetable marketer production and marketing company in the city of Loja, for which methods such as deductive, inductive and descriptive-analytical methods were used, such as direct observation and survey which were used in order to obtain relevant information for the development of the project, which were addressed to the families of the city of Loja and the commercial premises of the town.

The purpose of the present investigation is to know if it is feasible to create a company that produces vegetable marmalade. The first objective is to know if there is a market or demand, establishing that the unsatisfied demand is 3002.793 grams.

As a second objective the production capacity was determined, it indicates that the company will use 100% of the installed capacity, giving an annual production of 72.388 units of vegetable jam of 227 grams, it was also determined to be located in the city from Loja, calle Eugenio Espejo and Quinara.

The establishment of the productive process allowed to know the needs that will be had in terms of machinery, tools, direct and indirect raw material, number of workers, etc. The administrative study was also carried out in

which it was decided to become a Limited Liability Company and the organizational and functional structure was elaborated in which the hierarchical levels are indicated: Legislative, Executive, Advisor, Support and Operative, the Manual of functions and positions to be created are: Manager, Secretary, Accountant, Legal Adviser, Worker and Seller.

The investment required is $ 42,715.48 dollars and it is proposed to finance with the contribution of the partners 65% of the total investment corresponding to 27,715.48 dollars and a loan to the bank of Loja which will constitute the 35 % corresponding to 15,000.00 dollars at 5 years term at 11% per year with semi-annual payments.

The unit cost of manufacturing for the first year is 1.49 cents and for year five it is 1.62 cents, the sale price with 34% profit is $ 2, 00 for year one and for the year five $ 2.00, the total income based on the units produced by the sale price indicates that for the first year there is an income of 144.634,69 dollars and for the fifth year of 144.476,81 dollars.

The equilibrium point for the first year based on capacity gave a percentage of 54,68% and based on sales of 79.079,74 dollars, for the fifth year a percentage of 63,38% depending on capacity and in function of sales $ 91.576,26.

The financial evaluation presents the following results: The cash flow for year 1 is 24.229,24 dollars and for year 23.331,32 dollars; Regarding the Net

Present Value, it gave a positive value of 38.206,17 dollars; the investment will recover in 1 year 9 months and 29 days, the cost benefit ratio indicates that for each dollar invested 0.29 cents of profit will be received.

The internal rate of return is 43,71%, the sensitivity of the project indicates that the project is not sensitive to changes, both with an increase of 13,54% in costs and a 10,47% decrease in revenues. Based on these results, it is shown that the implementation of the company is recommended since the indicators are positive for the execution of the project.

## c) INTRODUCCIÓN

El presente proyecto investigativo tiene como finalidad estudiar la factibilidad de la implementación de una empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras en la ciudad de Loja, pretendiendo ofrecer un producto de calidad y buen sabor, aprovechando la gran cantidad de materia prima existente, así como también lograr efectos favorables para llevar a cabo este proyecto, obteniendo rentabilidad como resultado de esta inversión y satisfacción para los clientes.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente se consideraron varios aspectos significativos que permitieron realizar un análisis cuantitativo y cualitativo la conveniencia de realizar el presente proyecto denominado ‘’ ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE LOJA’’.

Este trabajo se enfoca en los aspectos más relevantes en cada una de las etapas de este estudio y está constituido de la siguiente manera:

**Revisión de Literatura** en este punto se describe el contenido y conceptos tanto del marco teórico como referencial, relacionados con el tema de estudio lo cual permitió en base a ello fundamentar la ejecución del proyecto.

En los **materiales** se especifican los suministros y equipos de oficina utilizados, de la misma manera los **métodos** como el inductivo, deductivo,

descriptivo-analítico los cuales sirvieron de apoyo para el desarrollo de la investigación así como también la recopilación de información para lo cual se aplicaron técnicas como la encuesta para conocer los gustos y preferencias de la población objeto de estudio.

Dentro de los **resultados** se encuentran las tabulaciones de las preguntas realizadas a demandantes como a oferentes, donde se muestran los cuadros con frecuencias y porcentajes, representaciones gráficas análisis e interpretaciones de las mismas.

En la **discusión** se indica primeramente el Estudio de Mercado en el cual se estableció la demanda y oferta del producto.

En el Estudio Técnico se planteó el tamaño, localización, capacidad instalada, capacidad utilizada, distribución de la planta e ingeniería del proyecto.

La constitución administrativa legal de la empresa (Calva-C, cía. Ltda.), estructura organizativa, manual de funciones las cuales serán una base para el normal funcionamiento de la organización.

En el estudio financiero se estableció la inversión requerida para la implementación de la empresa, determinando las fuentes de financiamiento del monto, y se elaboró los cuadros de los presupuestos, costos, ingresos, punto de equilibrio y el estado de pérdidas y ganancias.

En cuanto a la evaluación financiera basada en indicadores económicos como: Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio-Costo y Análisis de Sensibilidad por medio de los cuales se llegó a la determinación de la viabilidad del proyecto.

De acuerdo al análisis de cada uno de los estudios realizados, se estableció la factibilidad del presente proyecto investigativo desde el punto de vista tanto económico como financiero lo cual indica resultados favorables para su creación.

Finalmente se establecieron conclusiones y recomendaciones en base a los resultados obtenidos, bibliografía en la que está sustentada la revisión de literatura y anexos de la investigación.

## d) REVISIÓN DE LITERATURA

## MARCO REFERENCIAL

### Verduras

Las verduras son ricas en minerales como hierro, zinc, fósforo, potasio, calcio, magnesio o cobre, micro-nutrientes imprescindibles para el buen funcionamiento de nuestro organismo. Y esencial para los pequeños que están en crecimiento.

### Beneficios del consumo de verduras

Las **verduras** como las **frutas** son las principales fuentes de vitaminas, minerales, fibra y Fito nutrientes, además de hidratos de carbono complejos, azúcares y proteínas. Por ejemplo, las **verduras** aportan vitaminas hidrosolubles (del complejo B y C) que, a diferencia de las liposolubles (A, D, E, K), se almacenan en el organismo para ser utilizadas en el futuro, las otras se eliminan a través de la orina. Las hidrosolubles no pueden ser producidas por el organismo por lo que deben consumirse a través de la alimentación.

**Tipos de verduras**

- **Semilla** (legumbres inmaduras o verdes): guisante (o arveja), habas, judía verde (o frijol, o habichuela, o poroto), soja.
- **Raíz**: nabo, rábano, zanahoria, mandioca (yuca), mafafa (malanga, cocoñame, yautía, ocumo), arracacha (apio, zanahoria blanca), chirivía.
- **Tubérculo**: patata (papa), boniato (batata o camote), ñame.
- **Cormo**: taro (malanga, papa balusa, otoe, yautía coco, ocumo chino).
- **Bulbo**: ajo, cebolla, colirrábano, hinojo, remolacha.
- **Tallo**: puerro, espárrago, apio.
- **Hoja**: acedera, acelga, apio, borraja, cardo, cualquier variedad de col, escarola, espinaca, lechuga, endivia.
- **Inflorescencia** (flor o conjunto de flores): alcachofa, brócoli, coliflor.
- **Fruto**: berenjena, calabacín, calabaza (zapallo, auyama, ahuyama), pepino, pimiento, tomate.
- **Rizoma**: jengibre.

**Colores de las verduras**

El color de las verduras indica el contenido de alguna sustancia característica, lo habitual es que predomine el color verde debido a la presencia de un pigmento natural verde denominado clorofila. La clorofila se puede ver afectada fácilmente por el pH de las sustancias de la planta y por

esta razón puede variar el color desde el verde oliva que revela la existencia de medios ácidos hasta el verde brillante de los medios alcalinos. (Es lo que ocurre al cocinar guisantes y judías verdes con un poco de bicarbonato que se logran colores más brillantes). Algunos de los ácidos presentes en las verduras se liberan durante la cocción, particularmente si se cuecen sin la tapadera.

Si se observan otros colores como el amarillo/naranja en frutas o verduras se debe a la presencia de carotenoides, que se ven afectados igualmente por los procesos de cocinado o de cambios en el pH.

El rojo/azul de algunas frutas y verduras (como los zarzamoras y remolachas) se deben a la presencia de una sustancia química natural denominada antocianina, pigmento natural sensible a los cambios de pH. Cuando el pH es neutro, los pigmentos son de color púrpura, al llegar a ácido, se ponen de color rojo, y al llegar a un valor alcalino, azul. Todos estos pigmentos son muy solubles en agua.

**Remolacha**

La remolacha o betabel es un alimento muy antiguo que se encuentra en todas las regiones del mundo. En la actualidad, las remolachas son utilizadas como una fuente para la producción de azúcar, pero muchas personas no tienen ni la menor idea de que la están incluyendo de una u otra forma en sus dietas.

Más allá de ser una fuente de azúcar natural, la remolacha es un alimento con una riqueza nutricional muy importante que le aporta increíbles beneficios a la salud cuando se consume regularmente.

**Variedades**

La variedad de mesa es de raíces gruesas, rojas y carnosas, que se consumen principalmente cocidas; el color se debe a dos pigmentos, la betacianina y la betaxantina, que resultan indigeribles, tiñen el bolo alimenticio, los excrementos y la orina de ese color. Sin embargo, por su atoxicidad se usa frecuentemente como colorante en productos alimentarios.

Como subproducto de la industria azucarera se encuentra la coseta de remolacha. Este residuo industrial es utilizado para la alimentación del ganado principalmente. Algunos de los posibles usos debido a su alto contenido de pectinas es su utilización para la producción de biocombustibles a través de un tratamiento enzimático y su posterior fermentación.

Las remolachas son fuente de minerales y fibra

**El jugo de remolacha es una recarga para las defensas del organismo,** gracias a su alto contenido de vitamina C, fibra y minerales:

- **Contiene potasio**, esencial para la salud de los nervios, la función muscular y un corazón sano.
- **Es rico en manganeso**, que es fundamental para los huesos, el hígado, los riñones y el páncreas.
- **Es fuente de folato de vitamina B**, que ayuda a reducir el riesgo de defectos de nacimiento. (Ortega, 2004, pág. 14)

**Mermelada**

La mermelada es un producto de consistencia pastosa o gelatinosa, obtenido por acción y concentración apropiada de frutas sanas, limpias y adecuadamente preparadas, adicionadas de edulcorantes, ácido y pectina, con o sin adición de agua. Se diferencia de las jaleas por el uso de la corteza o frutas en forma troceada siendo un alimento rico en calorías y nutrientes.

**Mermelada y las verduras**

En cuanto la presentación del producto mermelada de verduras brinda la posibilidad a los consumidores de encontrar un producto diferente a los que se encuentran en el mercado, las verduras benefician a los consumidores proporcionando un valor agregado. (Laundra, 2010, pág. 20)

# MARCO TEÓRICO

## PROYECTO DE INVERSIÓN

“Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

Es un documento por escrito formado por una serie de estudios que permiten al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dar ganancias” (Urbina, 2002)

## IMPORTANCIA DE LA ELABORACIÓN DE PROYECTOS

La ejecución de proyectos productivos constituye el motor del desarrollo de una región o país, razón por la cual las instituciones financieras del orden regional, nacional e internacional tienen como objetivos la destinación de recursos para la financiación de inversiones que contribuyen a su crecimiento económico y beneficios sociales. (Padilla, 2006, pág. 7)

## ETAPAS DEL PROYECTO

### Estudio de Mercado

Tiene por objeto estimar la cantidad de bienes y servicios que los consumidores de una determinada área, zona o región geográfica

están dispuestos a consumir a determinados precios y características. (Muñoz, 2009).

**Mercado**

´´Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio". (Kotler, Amstrong, Camara, Cruz, & hall, 2002, pág. 10)

**Análisis de demanda y Oferta**

**Oferta**

El término oferta se puede definir como el número de unidades de un determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios. Obviamente, el comportamiento de los oferentes es distinto al de los compradores; un alto precio les significa un incentivo para producir y vender más de ese bien. A mayor incremento en el precio, mayor será la cantidad ofrecida**.** (Chain & Chain, 2008, pág. 55)

**Competencia**

Se denomina competencia a un conjunto de compañías que coinciden en un mismo nicho del mercado u ofrecen productos similares. Existen diferentes niveles de competencia de acuerdo a la interacción comercial de las empresas en el mercado y dependiendo de si la competencia se origina entre

marcas, productos o necesidades. Por lo general, la competencia origina una mayor oferta y deriva en la repartición del mercado. (Muñoz, 2009)

La competencia es definida como el nicho de mercado que engloba diferentes compañías, empresas las cuales ofrecen productos similares, de acuerdo a ello nos indica que la competencia se encuentra en diferentes niveles, de acuerdo a esto la competencia empieza desde la marca del producto que incluye precio y calidad. Es importante conocer cuál es nuestra competencia cuales son los productos que ofrece, cuáles son sus falencias y debilidades esta última podría convertirse en una oportunidad para nosotros.

**Demanda**

´´Cantidades de un producto que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado" (Laura & Jorge, 2006, pág. 240)

La demanda atiende a los consumidores de acuerdo a diversos factores como edad, género, estudios etc. La demanda se analiza desde la forma por la cual las empresas para decidir qué productos vender y cómo hacerlo, influyendo directamente en las estrategias de marketing.

**Demanda potencial**

Constituida por la cantidad de bienes o servicios que podrían consumir o utilizar de un determinado producto en el mercado**.** (Pasaca, 2017)

Nos indica que es la cuantificación de los requerimientos de productos de la población sin tomar en consideración que esta pueda o no adquirirlos, determina los requerimientos para satisfacer las necesidades de la población en términos cuantitativos de productos para satisfacer las necesidades de la población.

**Demanda Real**

Es la cantidad de productos que la población puede adquirir, determinada principalmente por su nivel de ingresos, dado que es lo que le proporciona el poder de compra. (Castro & Castro, 2009, pág. 55)

**Demanda Efectiva**

Cantidad de bienes o servicios de la nueva unidad productiva que son requeridas por el mercado debe considerarse restricciones que pueden ser producto de la situación económica el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que el consumidor pueda acceder al producto aunque quisiera hacerlo. (Pasaca, 2017)

**Demanda Insatisfecha**

Existe demanda insatisfecha cuando la oferta de un producto o servicio no alcanza a cubrir las necesidades del mercado. (Castro & Castro, 2009, pág. 55)

**Comercialización**

´´Hace posible que el productor haga llegar el bien o servicio de su unidad productiva al consumidor o usuario en las condiciones óptimas de su lugar y tiempo ‘’ (Pasaca, 2017, pág. 53)

**Plan comercial**

´´Se lo define como un instrumento clave y fundamental para el éxito, el cual consiste en una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa. Así como una guía que facilita la creación o el crecimiento de una empresa. (Jack, 2000, pág. 32)

**Producto**

‘’Conjunto de atributos físicos, de servicio y simbólicos que producen satisfacción o servicios al usuario o comprador´´ (warren & Green, 2009).

**PRECIO**

´´El precio es "(en el sentido más estricto) la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" (Kotler, Amstrong, Camara, Cruz, & hall, 2002, pág. 353)

**PLAZA**

La plaza comprende las actividades de la empresa que ponen al producto a disposición de los consumidores meta. La mayoría de los productores trabajan con intermediarios para llevar sus productos al mercado. Estos intermediarios su vez, utilizan los canales de distribución consisten en un conjunte de individuos y organizaciones involucradas en el proceso de poner un producto o servicio a disposición del consumidor. (Kotler, Amstrong, Camara, Cruz, & hall, 2002)

**PUBLICIDAD**

"La publicidad es un esfuerzo pagado, trasmitido por medios masivos de información con objeto de persuadir" (Tomas, Chris, & Richard, 2003, pág. 6)

**PROMOCIÓN**

"Los distintos métodos que utilizan las compañías para promover sus productos o servicios" (Bonta & Farber, 2005, pág. 44)

**ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del

tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos. (Cortes, 2004, pág. 37)

**Tamaño Y localización**

**Tamaño**

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate y se mide en unidades producidas por año. (Pasaca, 2017, pág. 55)

**Capacidad Instalada**

Determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. (Pasaca, 2017, pág. 56)

**Capacidad Utilizada**

Está determinada por el rendimiento o producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un período determinado. (Pasaca, 2017, pág. 56)

## Localización

Ubicar Geográficamente el lugar donde se implementará la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y el mercado (Pasaca, 2017, pág. 57)

## Macro-Localización

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto. Ésta tiene en cuenta aspectos sociales y nacionales de la planeación basándose en las condiciones regionales de la oferta y la demanda y en la infraestructura existente. Además, compara las alternativas propuestas para determinar las regiones o terrenos más apropiados para el proyecto. (Padilla, 2006, pág. 119)

## Micro-localización

La Microlocalización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida. La Microlocalización abarca la investigación y la comparación de los componentes del costo y un estudio de costos para cada alternativa. Se debe indicar con la ubicación del proyecto en el plano del sitio donde operará. (Padilla, 2006, pág. 20)

**Ingeniería del Proyecto**

El estudio de ingeniería es el conjunto de conocimientos de carácter científico y técnico que permite determinar el proceso productivo para la utilización racional de los recursos disponibles destinados a la fabricación de una unidad de producto. Este estudio no se realiza en forma aislada del resto de estudios del proyecto (Padilla, 2006, pág. 123)

**Componente Tecnológico**

Consiste en definir el tipo de maquinarias y equipos serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio, por ejemplo en el caso de una empresa metal mecánica tenemos las máquinas de soldar, máquinas de cortar metal, etc.; en una empresa textil tenemos las máquinas de costura recta, remalladoras, bordadoras, etc. (Moore, 2000, pág. 40)

**Infraestructura física**

Todo proceso de fabricación o de prestación de servicios se realiza en un lugar físico y dicho lugar debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios. (Moore, 2000, pág. 41)

**Proceso de Producción**

El proceso de producción se define como la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo (combinación de la mano de obra, maquinaria, materia prima, sistemas y procedimientos de operación). Un proceso de producción se puede clasificar en función de su flujo productivo o del tipo de producto a manufacturar y, en cada caso particular, se tendrán diferentes efectos sobre el flujo de fondos del proyecto.(Padilla, 2006, pág. 123)

**ESTUDIO ADMINISTRATIVO**

En esta etapa se elabora un diagnóstico del medio ambiente donde operará la organización para identificar los factores que limitan y permiten el desarrollo de la empresa; el objetivo es establecer los planes o maneras en que las organizaciones deben operar en los diversos escenarios que probablemente se presentarán durante el desarrollo de sus actividades. En esta fase se fijan las políticas, procedimientos y programas que deberá seguir la organización a fin de alcanzar sus objetivos generales o de alguna de sus áreas específicas, es decir, las distintas fases o acciones que se deberán seguir para el logro de los objetivos. (Castro & Castro, 2009, pág. 108)

**Diseño Organizacional**

El diseño organizacional de las organizaciones “es un proceso integral, sistemático y proactivo en el cual los miembros de estas se implican en el diseño (conjugando las aspiraciones personales y colectivas) en correspondencia con la situación, para ordenar coherentemente las organizaciones de forma tal que cumplan su misión. (Castillo, 2010)

**Base Legal**

Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley. (Padilla, 2006, pág. 165)

**Estructura Organizativa**

La estructura organizacional es el resultado de las decisiones sobre la división del trabajo, atribución de autoridad y responsabilidades a personas y unidades de trabajo; es un mecanismo de coordinación de los individuos y dichas unidades. La estructura organizacional está representada por la gráfica conocida como organigrama. (Amaru, 2009, pág. 232)

**Organigramas**

Constituyen la representación gráfica de una estructura organizativa de la nueva unidad productiva; entre los más utilizados se encuentran el estructural, funcional, y de posición. (Pasaca, 2017, pág. 70)

## Manuales Administrativos

Los manuales administrativos son documentos escritos que concentran en forma sistemática una serie de elementos administrativos con el fin de informar y orientar la conducta de los integrantes de la empresa, unificando los criterios de desempeño y cursos de acción que deberán seguirse para cumplir con los objetivos trazados. (Monterroso, 2007)

## ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

## ESTUDIO ECONÓMICO

El estudio económico de un proyecto es el más adecuado para medir sus alcances y sus repercusiones, no solamente en lo referente a su lucro sino a todo el complejo de interrelaciones económicas, financieras y socio-económicas que tiene un proyecto, comprende un análisis sistemático de todos los aspectos necesarios para establecer la rentabilidad de un proyecto. (Beraja, 2002, pág. 15)

## Inversiones en activos fijos

Son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de los insumos o que sirvan de apoyo a la operación normal del proyecto.

Constituyen activos fijos, otros, los terrenos, las obras físicas (edificios industriales, sala de venta, oficinas administrativas, vías de acceso, estacionamientos, bodegas, etcétera), el equipamiento de la planta, oficinas y salas de venta (en maquinarias, muebles, herramientas, vehículos y decoración en general) y la infraestructura de servicios de apoyo (agua potable, desagües, red eléctrica, comunicaciones, energía, etcétera). (Chain & Chain, 2008, pág. 260)

**Inversiones en capital de trabajo**

La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados. (Chain & Chain, 2008, pág. 262)

**Presupuestos de ingresos y egresos**

Presenta el análisis descriptivo de los ingresos y gastos presupuestados en el tiempo, de tal forma que facilite el establecimiento del flujo de caja proyectándolo durante la vida útil del proyecto. En la elaboración de los presupuestos se tiene en cuenta la información recolectada en los estudios de mercado, estudio técnico y la organización del proyecto, ya que unos originan los ingresos y otros los gastos e inversiones. (Padilla, 2006, pág. 195)

**Presupuesto de Ingreso**

El presupuesto de ingresos se determina en base al volumen de las ventas y a los precios de venta de los bienes y servicios que se colocarán en el mercado; 23 es decir, el volumen de ingresos será directamente proporcional al volumen de ventas de bienes y servicios. Cabe señalar que en los ingresos de ventas se incluyen los productos principales y también sus derivados. (Monar, 2011, pág. 20)

**El presupuesto de Gastos**

Para su cálculo se hace una valoración a precios de mercado de todos aquellos rubros que intervienen en el proceso de producción, administración y distribución de los bienes y servicios producidos. (Monar, 2011, pág. 21)

**Análisis de costos**

El objetivo esencial es comunicar información financiera y no financiera a la administración a efecto de que esta pueda ejercer la planeación el control y la evaluación de los productos. El análisis del costo es sumamente importante ya que el mismo mide el sacrificio económico en el que se haya incurrido para alcanzar las metas de una organización. (Seldon, 2001)

**Costos**

El costo representa los recursos económicos que han sido, deben o deberían sacrificarse para alcanzar cierto objetivo, independientemente de la forma de

medición de los mismos. La satisfacción de las necesidades humanas exige la producción de bienes y servicios, y para ello es preciso el empleo de recursos productivos y de bienes elaborados. (Billene, S/A, pág. 93 Y 94).

**Clasificación de Costos**

**Costos fijos**: son aquellos cuyo monto es el mismo aunque, hasta cierto límite, cambie el volumen de producción, es decir, siempre se erogan, produzca o no la empresa.

- Rentas
- Sueldos del personal de investigación
- Sueldos del personal ejecutivo
- Sueldos del personal administrativo
- Salarios del personal de producción
- Gastos de la planta de producción
- Gastos de la oficina general
- Depreciación de la planta y el equipo
- Intereses de los préstamos
- Dividendos pagados a las acciones preferentes

**Costos variables**: están relacionados directamente con el volumen de producción, de ahí su nombre de variables. Además, están en función directa del volumen de producción de la empresa

• Materia prima

• Materiales

• Servicios que requiere el proceso de producción: luz, agua, etc., siempre y cuando varíen según el volumen de producción

• Mano de obra cuando se paga según el volumen de producción

• Procesos de maquinado que se pagan de acuerdo con el volumen de producción

• Comisiones de ventas (Castro & Castro, 2009, pág. 202)

**Depreciaciones**

La depreciación es la pérdida de valor de un activo físico (edificios, maquinaria, muebles, etc.) con motivo de uso. (Gomero, 2006, pág. 120)

**Amortizaciones**

Al igual que los activos fijos, los activos intangibles pierden valor con el tiempo. Mientras la pérdida de valor contable de los activos fijos se denomina depreciación, la pérdida de valor contable de los activos intangibles se denomina amortización. (Chain & Chain, 2008, pág. 262)

**Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es un punto que se determina, cuántas unidades la empresa debe producir y vender para obtener ni perdida ni ganancias, en donde se produce un equilibrio entre los costos y los ingresos. Si la empresa produce y vende menos que la cantidad que se determina en el punto de equilibrio se obtendría como resultado pérdidas y si se produce más se

generarían ganancias, para realizar este cálculo es necesario contar con el presupuesto de clasificación de costos fijos y variables en donde se procede al cálculo matemático y a la representación gráfica. (Chain & Chain, 2008, pág. 310)

- **Utilidad del punto de equilibrio**

En términos generales, el punto de equilibrio tiene varias ventajas, pues permite:

• Conocer el volumen de ventas o ingresos necesarios para cubrir los costos totales.

• Fijar el nivel mínimo necesario de los precios de los productos a fi n de recuperar los costos.

• Establecer la relación costo-volumen-utilidad, es decir, la variación que sufre el punto de equilibrio a medida que cambian dichos costos.

• Identificar los costos fijos y variables de las erogaciones que efectúa la empresa en el proceso de operación. (Castro & Castro, 2009, págs. 203-207)

- **En función de las ventas**

  $PE=\frac{CF}{1-\frac{CV}{TV}}$

- **En función de la capacidad instalada**

  $PE= \frac{CF}{VT-CVT}X100$

- **En función de la producción**

  $PE=\frac{CF}{PVu-CVu}$

## ESTUDIO FINANCIERO

Consiste en elaborar información financiera que proporcione datos acerca de la cantidad de inversión, ingresos, gastos, utilidad de la operación del proyecto de inversión, nivel de inventarios requeridos, capital de trabajo, depreciaciones, amortizaciones, sueldos, etc., a fin de identificar con precisión el monto de inversión y los flujos de efectivo que producirá el proyecto. Todas estas tareas se realizan de acuerdo con el diseño del sistema de producción y organización que proponen los estudios de producción y de administración del proyecto, para evaluar la rentabilidad financiera del proyecto. (Castro & Castro, 2009, pág. 164)

### Flujo de Caja

La proyección del flujo de caja constituye uno de los elementos más importantes del estudio de un proyecto, ya que la evaluación del mismo se efectuará sobre los resultados que se determinen en ella. La información básica para realizar esta proyección está contenida tanto en los estudios de mercado, técnico y organizacional, como en el cálculo de los beneficios a que se hizo referencia en el capítulo anterior. Al proyectar el flujo de caja será necesario incorporar información adicional relacionada, principalmente, con los efectos tributarios de la depreciación, de la amortización del activo nominal, del valor residual, de las utilidades y pérdidas. (Chain & Chain, 2008, pág. 292).

### Estado de resultados

Éste es un estado financiero dinámico, ya que la información que proporciona corresponde a un periodo determinado (por lo general un año). De los ingresos se deducen los costos y los gastos, con lo cual, finalmente, se obtienen las utilidades o pérdidas, así como el monto de los impuestos y repartos sobre utilidades. (Castro & Castro, 2009, pág. 164)

### Balance General

Es el estado financiero que muestra la situación financiera de una empresa de una fecha determinada. El balance general lo conforman tres elementos: activo, pasivo y capital contable. (Macedo, 2007, pág. 16)

### Proyección de estados financieros

Conociendo las políticas financieras de la empresa, a partir de la información contenida en los diferentes presupuestos y teniendo como base los estados financieros históricos (si los hay), se elabora el estado de pérdidas y ganancias, el flujo de caja y el balance general para cada uno de los períodos de vida útil del proyecto. (Padilla, 2006, pág. 209)

## EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evaluación de un proyecto se fundamenta en la necesidad de establecer las técnicas para determinar lo que está sucediendo y cómo ha ocurrido y apuntar hacia lo que encierra el futuro si no se interviene.

La evaluación de proyectos puede hacerse desde dos puntos de vista no opuestos, pero sí distintos: el criterio privado y el criterio social. De la perspectiva que se tome en la evaluación dependerá la decisión que se tome sobre la realización del proyecto. (Padilla, 2006, pág. 228)

**Valor Actual Neto (VAN)**

El valor actual neto es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado por los evaluadores de proyectos. Mide el excedente resultante después de obtener la rentabilidad deseada o exigida y después de recuperar toda la inversión. Para ello, calcula el valor actual de todos los flujos futuros de caja, proyectados a partir del primer periodo de operación, y le resta la inversión total expresada en el momento 0. (Chain & Chain, 2008, pág. 300)

**VAN= SFNA-VI**

- VAN= Valor Actual Neto
- SFNA= Suma del factor neto actualizado
- VI= Valor inicial

a. Si el VAN es positivo, y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.

b. Si el VAN es negativo, y menor a 1 no es conveniente financieramente.

**Tasa Interna de Retorno (TIR)**

Un segundo criterio de evaluación lo constituye la tasa interna de retorno (TIR), que mide la rentabilidad como porcentaje.

La TIR tiene cada vez menos aceptación como criterio de evaluación, por cuatro razones principales:

**1.** Entrega un resultado que conduce a la misma regla de decisión que la obtenida con el VAN.

**2.** No sirve para comparar proyectos, por cuanto una TIR mayor no es mejor que una menor, ya que la conveniencia se mide en función de la cuantía de la inversión realizada.

**3.** Cuando hay cambios de signos en el flujo de caja, por ejemplo, por una alta inversión durante la operación, pueden encontrarse tantas TIR como cambios de signo se observen en el flujo de caja.

**4.** No sirve en los proyectos de desinversión, ya que la TIR muestra la tasa que hace equivalentes los flujos actualizados negativos con los positivos, sin discriminar cuál es de costo y cuál es de beneficio para el inversionista, por lo que siempre es positiva. (Sapage Nasir Chain, 2008, pág. 302)

$$TIR = Tm + Dt\left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}\right)$$

**Periodo de recuperación del capital**

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.  La cantidad total de tiempo que se requiere para recuperar

el monto original invertido, incluyendo la fracción de un año en caso de que sea apropiada, es igual al período de recuperación.

Este indicador presenta las siguientes características:

• Se interpreta como el tiempo necesario para que el proyecto recupere el capital invertido.

• Mide la rentabilidad en términos de tiempo.

• No considera todos los flujos de fondos del proyecto, ya que ignora aquellos que se producen con posterioridad al plazo de recuperación de la inversión.

• No permite jerarquizar proyectos alternativos.

• No considera los flujos de fondos adecuadamente descontados.

• La regla de decisión es la siguiente: aceptar los proyectos con PRI < p, siendo p el plazo máximo de corte previamente definido.

Para su cálculo se puede dividir la inversión inicial entre los ingresos promedios de caja obtenidos en la vida útil del proyecto. (Martinez, 2006, pág. 234)

$$\text{PRC}=\boldsymbol{Año\ Sup.\ de\ inversión} \qquad \left(\frac{\boldsymbol{\Sigma\ Flujo\ de\ Caja - Inversiòn}}{\boldsymbol{Flujo\ del\ ultimo\ Año}}\right)$$

**Relación beneficio costo**

La relación beneficio-costo compara el valor actual de los beneficios proyectados con el valor actual de los costos, incluida la inversión. El método lleva a la misma regla de decisión del VAN, ya que cuando este es 0, la relación beneficio-costo es igual a 1. Si el VAN es mayor que 0, la relación es

mayor que 1, y si el VAN es negativo, esta es menor que, para determinar la mejor de las opciones posibles, la relación costo-efectividad calcula: (Chain & Chain, 2008, pág. 308)

$$RBC = \frac{\textit{Ingresos actualizados}}{\textit{Costos actualizados}} - 1$$

**Análisis de sensibilidad**

El análisis de sensibilidad consiste principalmente en la investigación del efecto que tiene sobre la solución óptima, el hecho de hacer cambios en los valores de los parámetros del modelo, Sin embargo, los cambios de los parámetros en el problema primal hacen que también cambien los valores correspondientes en el problema dual, Por tanto se puede elegir le problema que se usará investigar cambios. (Bu, 2005, pág. 239)

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es > 1 el proyecto es sensible
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es = 1 el proyecto no sufre ningún efecto
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es < 1 el proyecto no es sensible.

**FÓRMULAS:**

**Diferencia de TIR** = TIR del Proyecto – Nueva TIR

$$\textbf{\% de Variación} = \frac{\text{Diferencia entre TIR}}{\text{TIR del Proyecto}}$$

$$\textbf{Sensibilidad} = \frac{\text{\% Variación}}{\text{Nueva TIR}}$$

## e) MATERIALES Y MÉTODOS

### MATERIALES

Se utilizaron los siguientes materiales para el proyecto investigativo: carpetas perfil y de cartón, hojas papel bond, esferos, lápiz, borrador, computadora, impresora, grapadora, calculadora, perforadora, memoria USB, internet.

### MÉTODOS

Para el desarrollo del siguiente proyecto investigativo se utilizaron los siguientes métodos y técnicas:

- ✓ **Método inductivo**

Se utilizó este método ya que ayudó a la recopilación de información de las encuestas aplicadas a una muestra, los resultados se consideraron como la opinión de toda la población.

- ✓ **Método deductivo**

Se estableció que del total de la población con la información de la muestra se identificó la demanda potencial luego de esta la demanda real y demanda efectiva. Cada uno de los estudios desarrollados determinó la factibilidad del proyecto.

- ✓ **Método descriptivo- analítico**

Se lo aplicó para la reunión y análisis de los datos numéricos de la aplicación de encuestas y representaciones gráficas, por medio de este método se

analizó los resultados obtenidos de las encuestas, y determinar la factibilidad de crear una empresa de producción de mermelada de verduras.

## TÉCNICAS

### Observación directa

Por medio de la observación directa se pudo identificar la competencia y determinar la localización de la empresa.

### Encuesta

Se aplicaron encuestas a las familias de la ciudad de Loja para la obtención de información acerca de los gustos y preferencias sobre el producto, se aplicaron 397 encuestas a las familias, 12 a los oferentes.

**PROCEDIMIENTO**

- **Tamaño de la muestra**

En base al último Censo Poblacional según los datos del INEC en el año 2010, la zona urbana de la ciudad de Loja cuenta con 170.280 habitantes, con una tasa de crecimiento poblacional del 2,65% la misma que se proyecta para el año 2017, la misma que se la divide para 4 miembros por familia promedio en la región 7.

A continuación se describe el procedimiento para la obtención de la población:

**Proyección 2017**

$P\ f = P_o\ (1+t)^{n.}$

$P_{2017} = 170280\ (2.65)^7$

$P_{2017} = 170280\ (1+0{,}0265)^7$

$P_{2017} = 170280\ (1{,}0265)^7$

$P_{2017}$=204.492 habitantes

**Familias**

$P_{2017}$=204492/4= 51123

**En donde:**

**Pf =** Población Futura.

**Po =** Población Inicial.

**i =** Tasa de crecimiento poblacional.

**n=** Número de periodos.

**1.1 Obtención del tamaño de la muestra**

Para determinar la muestra del estudio de factibilidad se aplicó la siguiente formula:

**En donde:**

**n:** Tamaño de la muestra

**e:** Margen de error

**N:** población

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{51123}{1 + 51123(0{,}05)^2}$$

$$n = \frac{51123}{1 + 51123(0.0025)}$$

$$n = \frac{51123}{1288075}$$

$$n = 397 \text{ Encuestas}$$

Se aplicarán 397 encuestas a la población de estudio que en este caso son las familias de la ciudad de Loja.

## DISTRIBUCIÓN MUESTRAL

**Cuadro Nro. 1**

| ZONA | CENTROS COMERCIALES | PORCENTAJE | NÚMERO DE ENCUESTAS |
|---|---|---|---|
| **NORTE** | 1. Multiplaza del valle<br>2. Corporación favorita c.a gran aquí<br>3. Zerimar<br>4. Tenderito | 30.98% | 123 |
| **CENTRO** | 5. Romar<br>6. Supermercado puerta del sol<br>7. Galtor<br>8. Mercamax<br>9. Yerovi | 35.26% | 140 |
| **SUR** | 10. Micromercado san Sebastián<br>11. Micromercado la tebaida<br>12. Corporación favorita c.a Supermaxi | 33.75% | 134 |
| **Total** | **12** | **100%** | **397** |

**Elaboración:** Autora

Se han tomado en consideración 12 Micro mercados y supermercados principales de diferentes sectores de la ciudad de Loja para la aplicación de las 397 encuestas a las personas que concurren normalmente a esos lugares donde se expenden productos de consumo familiar.

Para la determinación de la oferta se realizó una encuesta a los comercializadores de productos de primera necesidad, como supermercados, tiendas y bodegas, legalmente registrados en el S.R.I. Se tomó una muestra de 12 encuestas para los ofertantes los mismos que se los distribuyó de la siguiente manera:

1. **Norte:** 4 locales comerciales
2. **Centro:** 5 locales comerciales
3. **Sur:** 3 locales comerciales

**Total:** 12 locales comerciales

## f) RESULTADOS

### ENCUESTA APLICADA A LAS FAMILIAS DE LA CIUDAD DE LOJA

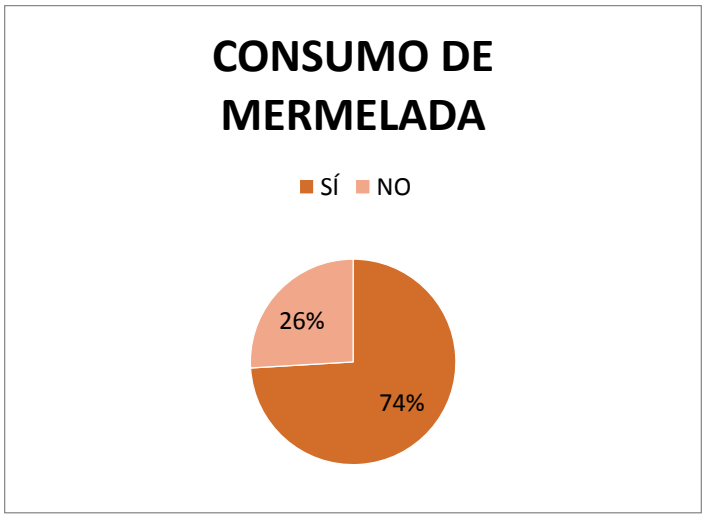
**1. ¿En su familia se consume mermelada?**

**Cuadro Nro. 2**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| SÍ | 294 | 74,06% |
| NO | 103 | 25,94% |
| **TOTAL** | **397** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.1**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la pregunta 1 de la encuesta aplicada sobre el consumo de mermelada, dio como resultado que un 74,06 % de la población SI consume mermelada mientras que un 25, 94% NO consume.

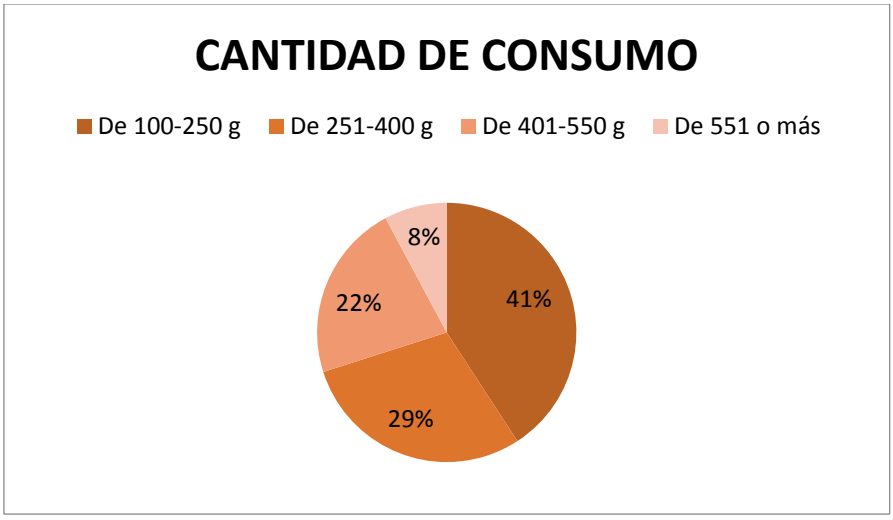
**2.- ¿Qué Cantidad consume de mermelada semanalmente?**

**Cuadro Nro. 3**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| De 100-250 g | 120 | 40,82% |
| De 251-400 g | 86 | 29,25% |
| De 401-550 g | 65 | 22,11% |
| De 551 o más | 23 | 7,82% |
| **TOTAL** | **294** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.2**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En esta pregunta sobre la cantidad de consumo se obtuvo que se consume semanalmente un 40,82% consume de 100 a 200 gramos, 29% consume de 251 a 400 gramos, 22% consume de 401 a 550 gramos y 7, 82% consume de 551 gramos a más. Con ello se identifica que se obtiene mayor consumo en gramos de 100 a 250.

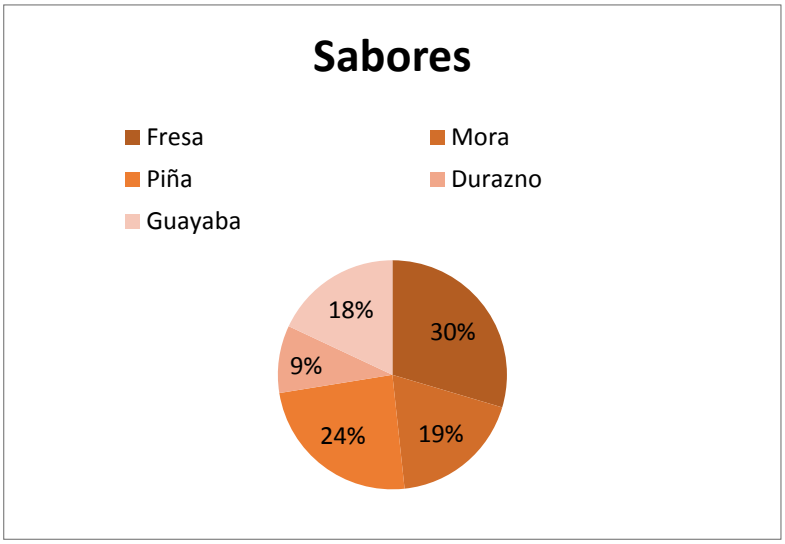
**3. ¿De los siguientes sabores cual es de su preferencia?**

**Cuadro Nro. 4**

| SABOR | FRECUENCIA | Porcentaje |
|---|---|---|
| Fresa | 87 | 29,59% |
| Mora | 55 | 18,71% |
| Piña | 71 | 24,15% |
| Durazno | 28 | 9,52% |
| Guayaba | 53 | 18,03% |
| **TOTAL** | **294** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.3**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración: La Autora**

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En la pregunta número 3 acerca de los sabores que los consumidores prefieren se obtuvo el siguiente resultado: el 29,59% prefiere fresa, 24, 15% piña, el 18, 71% Mora, el 18, 03% guayaba y 9, 52% prefiere el sabor a durazno. Esto indica que el sabor de preferencia de los consumidores es fresa.

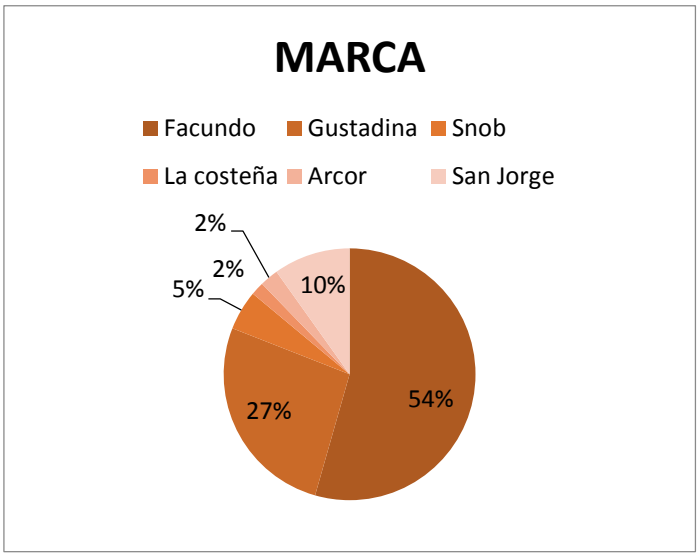
**4.- ¿Qué marca de mermelada consume habitualmente?**

**Cuadro Nro.5**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Facundo | 160 | 54,42% |
| Gustadina | 78 | 26,53% |
| Snob | 15 | 5,10% |
| La costeña | 5 | 1,70% |
| Arcor | 7 | 2,38% |
| San Jorge | 29 | 9,86% |
| **TOTAL** | **294** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.4**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Referente a la marca consumida por los clientes se planteó la pregunta número 4 la cual tuvo los siguientes resultados: Facundo que en este caso es la más consumida se obtuvo 54,42% Gustadina 26,53%, San Jorge 9,86%, Snob, 5,10%, Arcor 2,83% y la costeña 1,70%.

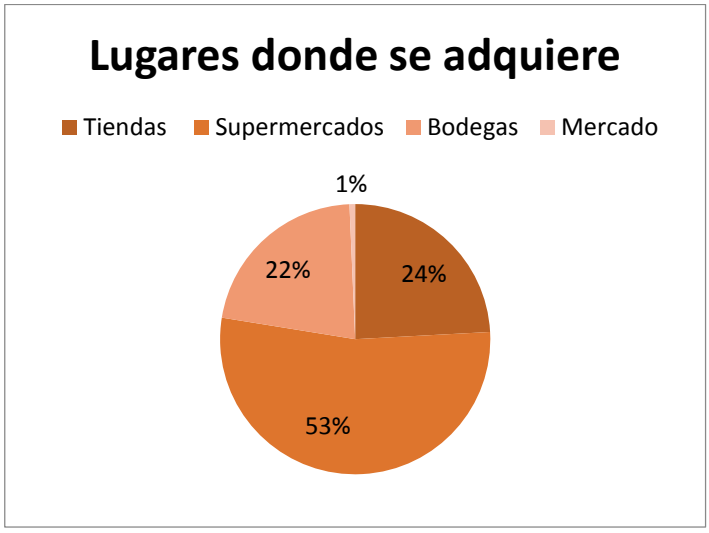
**5.- ¿En qué lugares adquiere este producto?**

**Cuadro Nro. 6**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Tiendas | 71 | 24,15% |
| Supermercados | 157 | 53,40% |
| Bodegas | 64 | 21,77% |
| Mercado | 2 | 0,68% |
| **TOTAL** | **294** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.5**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Dentro de la pregunta 5 acerca de los lugares del consumo de la mermelada que habitualmente se adquiere obtuvimos que un 53% contesto que la compra en los supermercados, 24% tiendas y un 22% bodegas y 1% mercado, siendo el de mayor porcentaje el de supermercados esto indica que las personas para adquirir mermelada de preferencia recurren a estos lugares para realizar la compra.

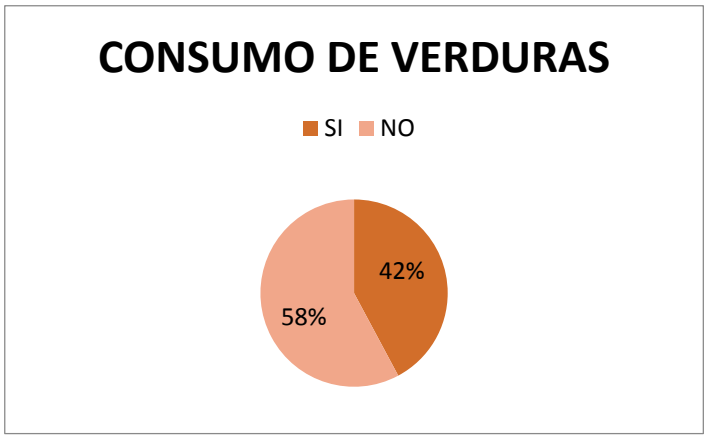
**6.- ¿En su familia se ha consumido mermelada de verduras (remolacha, alfalfa, piña y miel de caña)?**

**Cuadro Nro. 7**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| SI | 124 | 42,18% |
| NO | 170 | 57,82% |
| **TOTAL** | **294** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.6**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se planteó la pregunta si en la familia se ha consumido mermelada de verduras como la remolacha, para poder conocer nuestro mercado y si estaría dispuesto el consumidor a adquirir la nueva unidad productiva en la cual obtuvimos los siguientes resultados: Si 48, 30% y No 51,70%. Esto indica que en la mayoría de la muestra no se ha consumido mermelada de verduras como la remolacha.

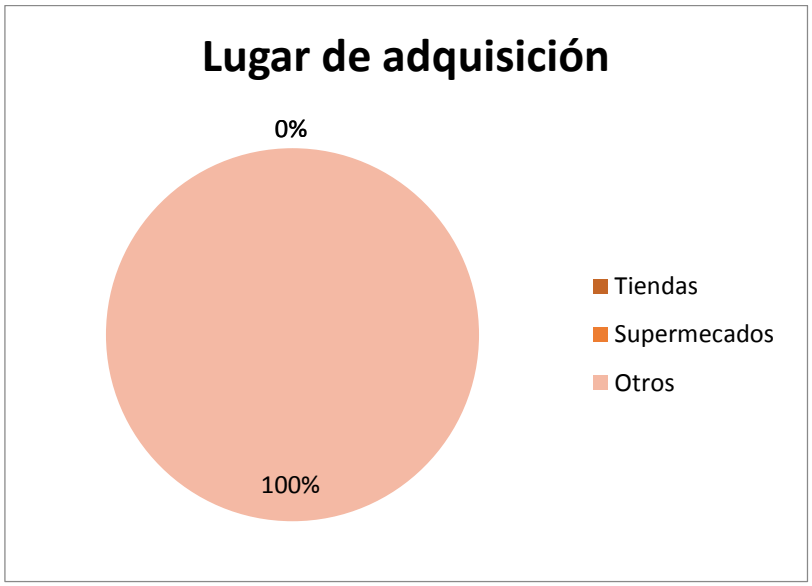
**7.-Si la respuesta anterior fue si ¿En qué lugar a adquirido este producto?**

**Cuadro Nro. 8**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Tiendas | 0 | 0,00% |
| Supermercados | 0 | 0,00% |
| Otros | 294 | 100% |
| **TOTAL** | **294** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.7**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Sobre el lugar donde se ha adquirido la mermelada de verduras se obtuvo el siguiente resultado: 0% tiendas, 0% supermercados y otros 100% en la cual la población manifestó que se ha consumido de forma casera.

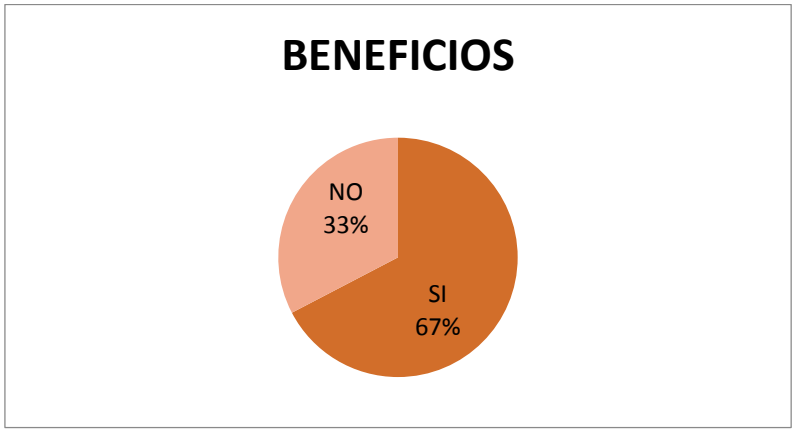
**8.- ¿Sabía usted que las verduras como la remolacha actúan positivamente en su dieta alimentaria ya que son ricas en minerales como hierro, zinc, fosforo, potasio, calcio, magnesio y micronutrientes imprescindibles para el buen funcionamiento de nuestro organismo?**

**Cuadro Nro.9**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| **SI** | 198 | 67,35% |
| **NO** | 96 | 32,65% |
| **TOTAL** | **294** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 8**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En la pregunta 8 sobre si se conocen los beneficios de las verduras para nuestra dieta alimentaria obtuvimos que el 67% de las personas encuestadas contestaron que si mientras que un 33% contesto que no conocen acerca de los beneficios, se pudo identificar que la mayoría de encuestados están conscientes o conocen de las propiedades nutritivas de las verduras.

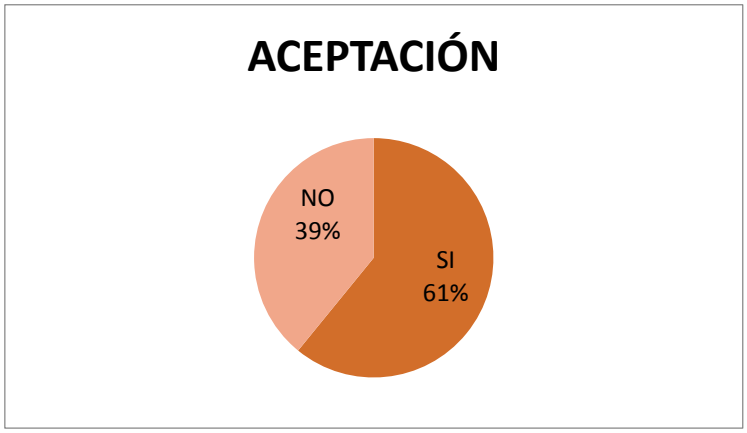
**9. ¿Si se creara una empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras como la remolacha endulzada con miel de caña, alfalfa y piña, usted estaría dispuesto a adquirir este producto? SI la respuesta es no finaliza la encuesta.**

**Cuadro Nro. 10**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| SI | 179 | 60,88% |
| NO | 115 | 39,12% |
| **TOTAL** | **294** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.9**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Respecto a la adquisición del producto se planteó la pregunta 8 en la cual se cuestionó a los consumidores si se creara una empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras quienes estarían dispuestos a consumir este producto se obtuvo un resultado que indica que un 61% si estarían dispuestos a consumir a adquirir el producto, mientras que un 39% contesto que no.

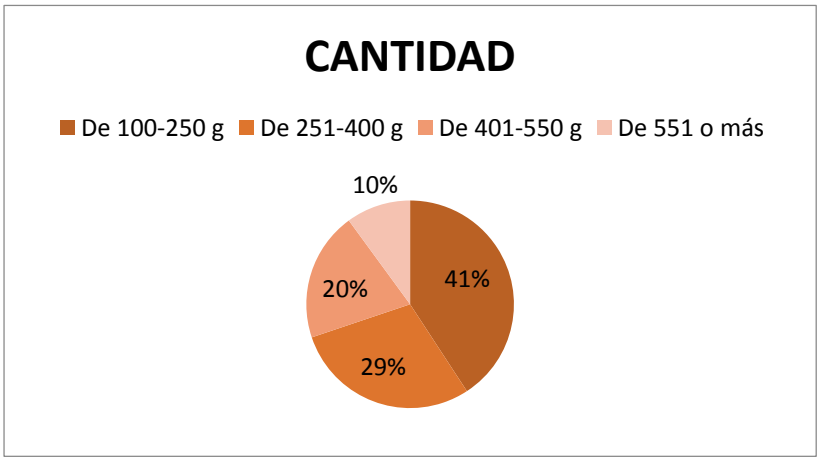
**10.- ¿Qué cantidad de mermelada estaría dispuesto a comprar semanalmente?**

**Cuadro Nro.11**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| De 100-250 g | 73 | 40,78% |
| De 251-400 g | 52 | 29,05% |
| De 401-550 g | 36 | 20,11% |
| De 551 o más | 18 | 10,06% |
| **TOTAL** | **179** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.10**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la pregunta número 9 respecto de la cantidad que estarían dispuestos a comprar de mermelada de verduras se obtuvo el siguiente resultado: el 41% compraría de 100 a 250 gramos, el 29% compraría de 251 a 400 gramos, 20% compraría de 401 a 550 gramos y un 10% de 551 0 más. Esto indica que en su mayoría están dispuestos a comprar de 100 a 250 gramos.

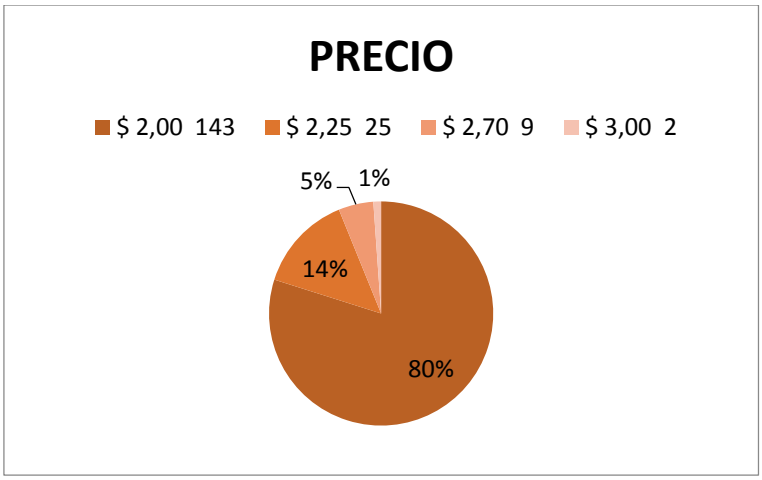
**11.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un frasco de mermelada de verduras de 227 gramos?**

**Cuadro Nro.12**

| PRECIO | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| $ 2,00 | 143 | 79,89% |
| $ 2,25 | 25 | 13,97% |
| $ 2,70 | 9 | 5,03% |
| $ 3,00 | 2 | 1,12% |
| **TOTAL** | **179** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 11**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En cuanto al precio se obtuvo el siguiente resultado: en un 80% se obtuvo que se pagaría por el producto 2,00 dólares, 14% pagaría $2,25, un 5% pagaría $2,70 y un 1% pagaría por un frasco de mermelada 3,00 dólares. De acuerdo a esta pregunta el precio estimado que los consumidores pagarían por un frasco de mermelada de verduras de 250 gramos 2,00 dólares.

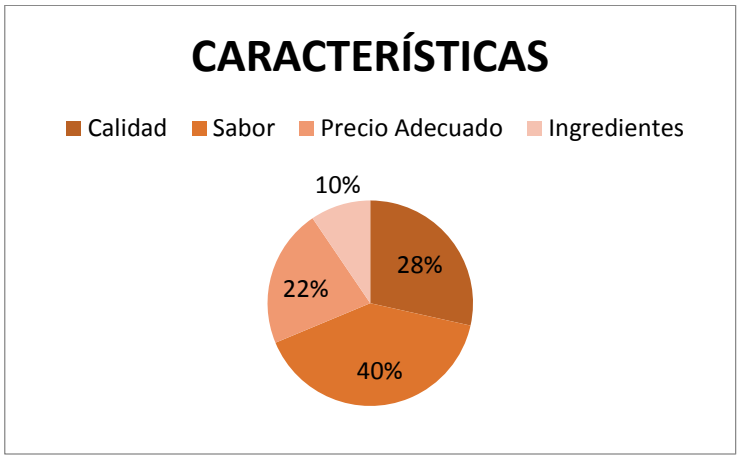
**12.- ¿Qué características consideraría importante para adquirir este producto?**

**Cuadro Nro.13**

| Características | Frecuencia | Porcentaje |
|---|---|---|
| Calidad | 51 | 28,49% |
| Sabor | 72 | 40,22% |
| Precio Adecuado | 39 | 21,79% |
| Ingredientes | 17 | 9,50% |
| **TOTAL** | **179** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.12**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la pregunta número 8 de la encuesta aplicada a los demandantes se obtuvo la siguiente respuesta acerca de las características que son consideradas por los consumidores a la hora de adquirir el producto, el 28,49% contesto que calidad, el 40,22% contestó que sabor, el 21,79% precio adecuado y el 9,50% ingredientes eso indica que la característica mayormente considerada es el sabor.

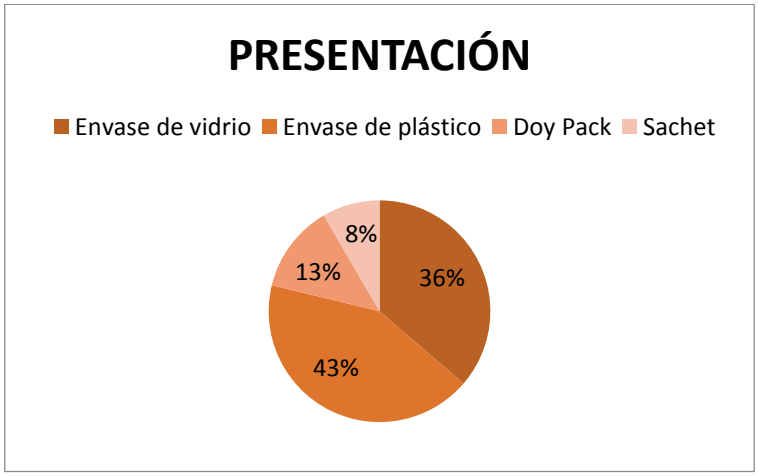
**13. ¿En qué presentación le gustaría consumir este producto?**

**Cuadro Nro.14**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Envase de vidrio | 65 | 36,31% |
| Envase de plástico | 76 | 42,46% |
| Doy Pack | 23 | 12,85% |
| Sachet | 15 | 8,38% |
| **TOTAL** | **179** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.13**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En la pregunta número 12 de la encuesta acerca de la presentación que los consumidores optarían por adquirir el producto se obtuvieron las siguientes respuestas envase de vidrio 36,31%, envase de plástico 42,46%, empaque doy pack 12,85%, y sachet 8,38%, de acuerdo a estos resultados se obtuvo la mayor respuesta que adquirirían el producto en envase de plástico.

**14. ¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir por la compra de este producto?**

**Cuadro Nro. 15**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| Descuentos por compra | 35 | 19,55% |
| Producto adicional por la compra | 85 | 47,49% |
| Cupones para sorteos de regalos a fin de mes | 44 | 24,58% |
| Etiquetas con premios sorpresa por la compra del producto | 15 | 8,38% |
| **TOTAL** | **179** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 14**

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a esta pregunta se obtuvo el resultado siguiente: descuentos por la adquisición del producto 19,55%, producto adicional por la compra 47%, premios sorpresa por la compra del producto 24,58% y cupones para sorteos de regalos a fin de mes 8,38%, de acuerdo a ello se evidencia que la opción más aceptada por los consumidores es la de entregar un producto adicional por la compra de la mermelada.

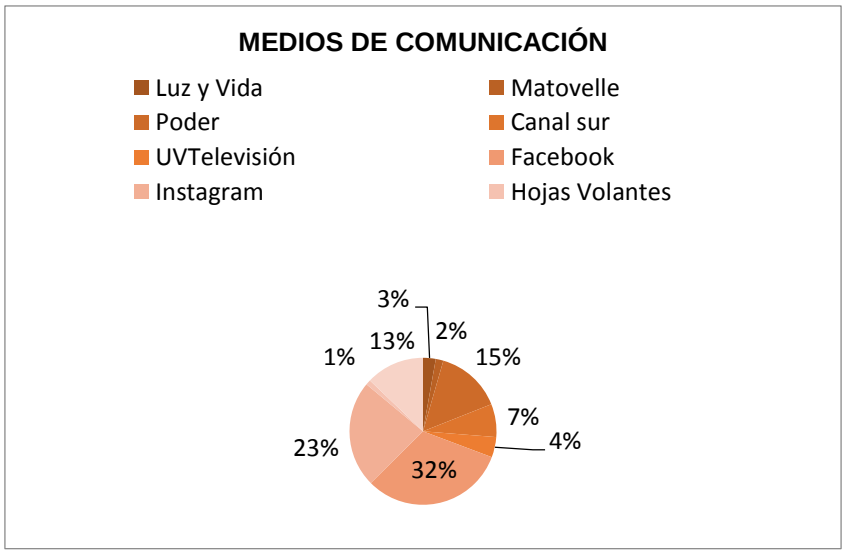
**15. ¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer la existencia de este producto?**

**Cuadro Nro.16**

| | DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|---|
| Radio/Emisoras | Luz y Vida | 5 | 2,79% |
| | Matovelle | 3 | 1,68% |
| | Poder | 26 | 14,53% |
| Televisión/Canales | Canal sur | 13 | 7,26% |
| | UV Televisión | 8 | 4,47% |
| Redes Sociales | Facebook | 57 | 31,84% |
| | Instagram | 42 | 23,46% |
| Otros medios | Hojas Volantes | 2 | 1,12% |
| | Tarjetas de presentación | 23 | 12,85% |
| | **TOTAL** | **179** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 15**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En cuanto a la última pregunta de la encuesta realizada a los oferentes en la que se preguntó sobre los medios para el conocimiento del producto la

respuesta fue que por medio de radio: el 2,79% contestaron por luz y vida, 14,53% Poder, Matovelle 1,68%. Por televisión, 4,47% UV televisión, 7,26% Canal Sur, Redes sociales: 23,46% Instagram, 31,84% Facebook, 12,85% tarjetas de presentación y 1,12% hojas volantes, lo que indica según los resultados las opciones más preferidas por los demandantes fueron radio poder, redes sociales: Facebook e Instagram y tarjetas de presentación.

## ANÁLISIS Y RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS APLICADAS A LA OFERTA EN LA CIUDAD DE LOJA.

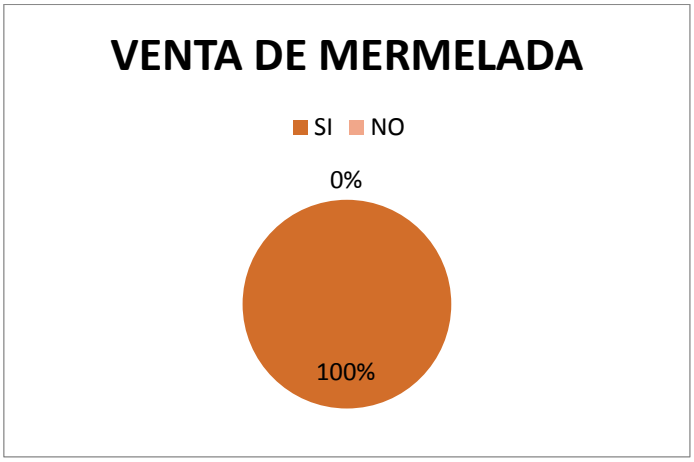
1. **Usted vende mermelada en su local comercial**

**Cuadro Nro. 17**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| SI | 12 | 100% |
| NO | 0 | 0% |
| **TOTAL** | **12** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 16**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En a la primera pregunta de la encuesta a los oferentes obtuvimos que 12 que es el 100% de encuestados contestaron que si venden mermelada en sus locales comerciales.

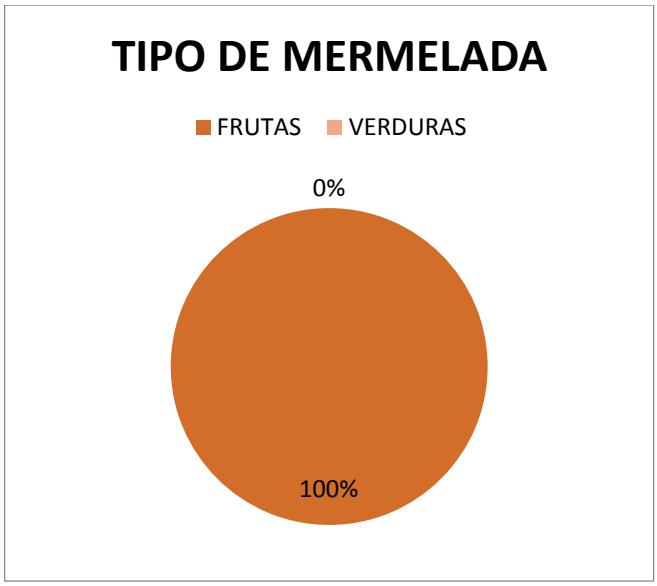
**2. ¿Qué tipo de mermelada ofrece usted en su local comercial?**

**Cuadro Nro. 18**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| FRUTAS | 12 | 100% |
| VERDURAS | 0 | 0% |
| **TOTAL** | **12** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.17**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En la pregunta dos de la encuesta a los oferentes referente a si en el local comercial vendes mermelada de que tipo se obtuvo la siguiente respuesta, 12 que es el 100% de los encuestados contestaron que venden mermelada de frutas, mientras que un 0% de verduras, lo que indica que no hay o existe escasa producción de mermelada de verduras para su comercialización.

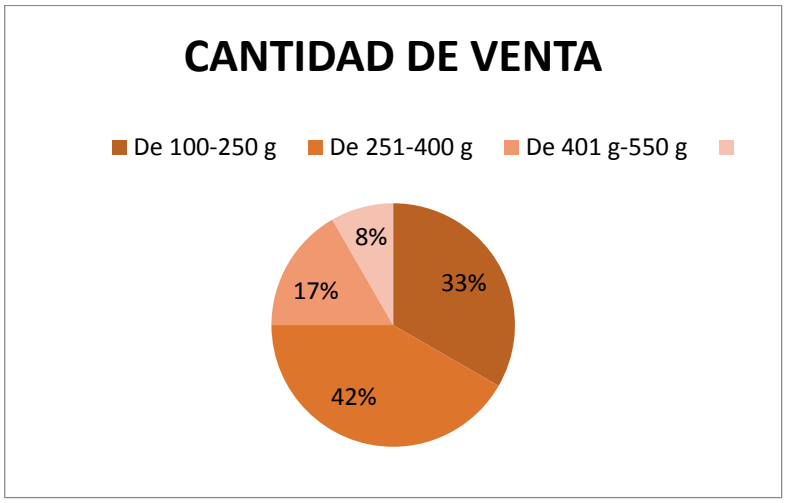
3. **¿Qué cantidad de mermelada vende en su local comercial mensualmente?**

**Cuadro Nro. 19**

| CANTIDAD | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| De 100-250 g | 4 | 33% |
| De 251-400 g | 5 | 42% |
| De 401 g-550 g | 2 | 17% |
| De 551 o más | 1 | 8% |
| **TOTAL** | **12** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.18**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En la pregunta 3 acerca de la cantidad de venta mensual se obtuvo que un 42% de los oferentes venden mermelada de 100 a 250 gramos, 33% contestaron que de 251 a 400 gramos,18% que venden de 401 a 550 gramos y un 8% de 551 gramos a mas, dando como resultado en mayoría de venta de 251 a 400 gramos con un porcentaje del 42%

**CANTIDAD DE VENTA DE MERMELADA**

**Cuadro Nro. 20**

| CANTIDAD | FRECUENCIA | XM | F.XM |
|---|---|---|---|
| De 100-250 g | 4 | 175 | 700,00 |
| De 251-400 g | 5 | 325,5 | 1.627,5 |
| De 401 g-550 g | 2 | 475,5 | 951,00 |
| De 551 o más | 1 | 575,5 | 575,5 |
| **TOTAL** | **12** | **1.551,5** | **3.854** |

**Fuente:** Pregunta 3 oferta
**Elaboración:** La Autora

**Venta promedio mensual=** 3.854 gramos

**Venta promedio anual =** 3.854 * 12 = 46.248 gramos

La venta promedio mensual es de 3.854 gramos y la venta promedio anual es de 46.248 gramos de mermelada.

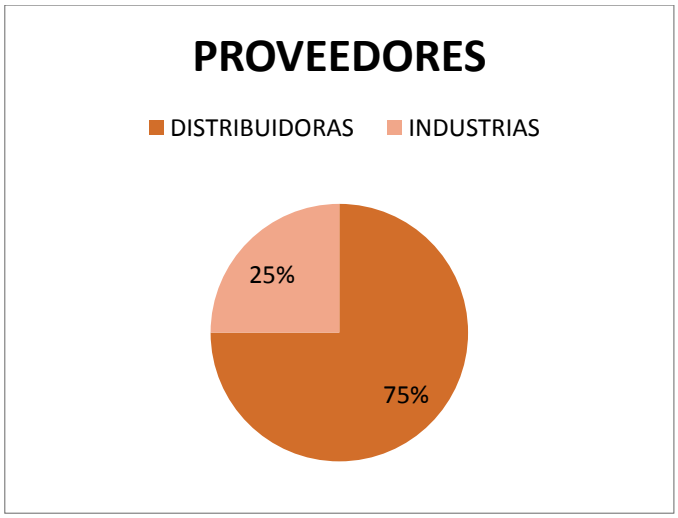
**4. ¿Qué proveedores tiene de mermelada?**

**Cuadro Nro.21**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| DISTRIBUIDORAS | 9 | 75% |
| INDUSTRIAS | 3 | 25% |
| **TOTAL** | **12** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro. 20**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En la pregunta 4 sobre los proveedores de mermelada el 75% contesto que distribuidoras y 25% industrias, esto indica que el mayor porcentaje son las distribuidoras.

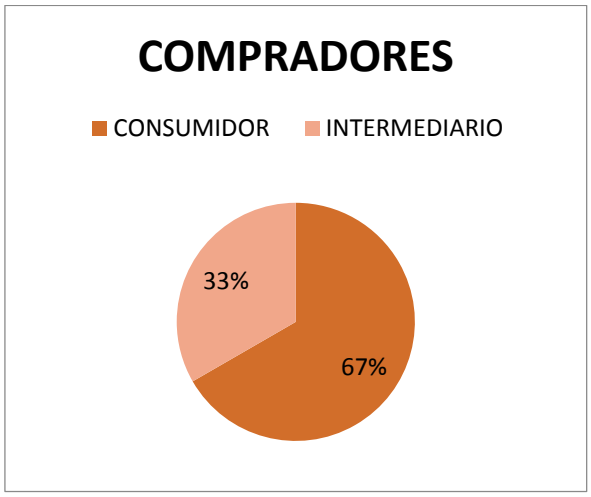
5. **¿Cuáles son sus mayores compradores de mermelada?**

**Cuadro Nro. 22**

| DETALLE | FRECUENCIA | PORCENTAJE |
|---|---|---|
| CONSUMIDOR DIRECTO | 8 | 67% |
| INTERMEDIARIO | 4 | 33% |
| **TOTAL** | **12** | **100%** |

**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**Gráfico Nro.21**




**Fuente:** Encuestas
**Elaboración:** La Autora

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

En cuanto a la pregunta 5 referente a los compradores de mermelada, consumidores directos 67%, intermediarios 33%, lo que indica que el mayor porcentaje y mayores compradores son los consumidores directos.

## g) DISCUSIÓN

### 1. ESTUDIO DE MERCADO

Para realizar el estudio de mercado se tomaron en consideración aspectos fundamentales así como también herramientas para recabar información como la encuesta a la demanda y oferta con la finalidad de conocer acerca de los gustos y preferencias de los consumidores, también el producto que ofrecen los distribuidores en que cantidad, precio y sabor.

**PRODUCTO**

La mermelada de verduras de 227 gramos estará destinada para el consumo de las familias, la materia prima principal son las verduras acompañadas de frutas y miel de caña mismos que se obtendrán de la producción agrícola de la provincia de Loja.

**ESTABLECIMIENTO DE LA DEMANDAS**.

Para el establecimiento de las demandas se considera los resultados de las encuestas realizadas, para determinarlas y proyectarlas se considera el tiempo de vida útil del proyecto que en este caso es para 5 años.

- **DEMANDA POTENCIAL**

Dentro del estudio de mercado para el establecimiento de la demanda potencial se tomó como muestra la población por familias de la ciudad de Loja. Para la proyección de la demanda potencial se consideró que de las 51123 familias, el 76,06% que corresponde a 37859 familias consumen

mermelada según la encuesta aplicada, este valor se lo proyectó para los 5 años de vida útil del proyecto con la tasa de incremento poblacional del 2,65%.

## PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL

**Cuadro Nro. 23**

| Años | Población familias | Porcentaje | Demanda potencial familias que si consumen mermelada |
|---|---|---|---|
| 2017 | 51123 | 74,06% | 37859 |
| 2018 | 52478 | 74,06% | 38863 |
| 2019 | 53868 | 74,06% | 39892 |
| 2020 | 55296 | 74,06% | 40950 |
| 2021 | 56761 | 74,06% | 42035 |
| 2022 | 58265 | 74,06% | 43149 |

**FUENTE:** INEC, pregunta 1 cuadro 2
**ELABORADO POR:** LA AUTORA

## CONSUMO PROMEDIO ANUAL

**Cuadro Nro. 24**

| DETALLE | FRECUENCIA | XM | F*XM (gramos) |
|---|---|---|---|
| De 100-250 g | 133 | 175 | 23275 |
| De 251-400 g | 86 | 325,5 | 27993 |
| De 401-550 g | 65 | 475,5 | 30907,5 |
| De 551 o más | 10 | 575,5 | 5755 |
| | 294 | **TOTAL SEMANAL** | **87930,5** |
| | | **TOTAL ANUAL** | **2572386** |

**Fuente:** Cuadro 2 y3
**Elaboración:** La Autora

$$\text{Consumo promedio anual (CPA)} = \frac{\text{Total anual}}{\text{Demanda potencial}}$$

$$CPA = \frac{2572386}{37859}$$

CPA= 121 gramos

Mediante este cálculo se determinó que las familias de la ciudad de Loja consumen un promedio de 121 gramos de mermelada al año.

- **DEMANDA REAL**

Se determina en base a la encuesta aplicada según los datos de la pregunta nro. 6 ¿En su familia se ha consumido mermelada de verduras? para obtener la demanda real se toma el 48,40% de la demanda potencial dando un total de 18.324 familias que si han consumido mermelada de verduras, a continuación se proyecta para los 5 años de vida útil del proyecto.

**Cuadro Nro. 25**

| Años | Demanda potencial | Porcentaje | Demandantes reales |
|---|---|---|---|
| 2017 | 37859 | 42,18% | 15.969 |
| 2018 | 38863 | 42,18% | 16.392 |
| 2019 | 39892 | 42,18% | 16.827 |
| 2020 | 40950 | 42,18% | 17.273 |
| 2021 | 42035 | 42,18% | 17.730 |
| 2022 | 43149 | 42,18% | 18.200 |

**Fuente:** Cuadros 6 y 23
**Elaboración:** La Autora

**DEMANDA REAL EN GRAMOS**

**Cuadro Nro. 26**

| DEMANDA REAL | Consumo promedio anual | DEMANDA REAL TOTAL EN GRAMOS |
|---|---|---|
| 15.969 | 121 | 1.928.632 |
| 16.392 | 121 | 1.979.741 |
| 16.827 | 121 | 2.032.204 |
| 17.273 | 121 | 2.086.058 |
| 17.730 | 121 | 2.141.338 |
| 18.200 | 121 | 2.198.084 |

**Fuente:** Cuadros 24 y 25
**Elaboración:** La Autora

- **DEMANDA EFECTIVA**

Para determinar la demanda efectiva se considera la cantidad de demandantes de la nueva unidad productiva, según los datos de la pregunta nro. 8 ¿Si se creara una empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras usted estaría dispuesto a adquirir este producto? Se obtuvo un porcentaje de aceptación del 61% del total de familias que adquirirán el producto.

**DEMANDA EFECTIVA PROYECTADA**

**Cuadro Nro. 27**

| Período | Años | DEMANDA REAL (42,18%) | Porcentaje de aceptación | Total demandantes efectivos |
|---|---|---|---|---|
| 0 | 2017 | 15.969 | 61% | 9.741 |
| 1 | 2018 | 16.392 | 61% | 9.999 |
| 2 | 2019 | 16.827 | 61% | 10.264 |
| 3 | 2020 | 17.273 | 61% | 10.536 |
| 4 | 2021 | 17.730 | 61% | 10.815 |
| 5 | 2022 | 18.200 | 61% | 11.102 |

**Fuente:** Cuadro 10 y 25
**Elaboración:** La Autora

- **Consumo promedio anual**

El consumo promedio anual se lo obtuvo de la suma total de la frecuencia y la media multiplicada por 52 semanas nos dio un resultado de 2.973.256 gramos, este valor se lo dividió para el total de demandantes efectivos 9.741 el consumo promedio anual futuro es de 305 gramos anuales.

**Cuadro Nro. 28**

| DETALLE | FRECUENCIA | XM | F*XM (gramos) |
|---|---|---|---|
| De 100-250 g | 73 | 175 | 12775 |
| De 251-400 g | 52 | 325,5 | 16926 |
| De 401-550 g | 36 | 475,5 | 17118 |
| De 551 o más | 18 | 575,5 | 10359 |
| **TOTAL SEMANAL** | 179 | 1551,5 | 57178 |
| **TOTAL ANUAL** | | | **2973256** |

**Fuente:** Cuadro 10
**Elaboración**: La autora

***CPA=*** 2.973.256 / 9.741

***CPA=*** 305

**Demanda efectiva proyectada en gramos y unidades**

**Cuadro Nro. 29**

| Demanda Efectiva | Consumo promedio anual | DEMANDA FUTURA EN GRAMOS | Demanda FUTURA EN UNIDADES DE 227 G |
|---|---|---|---|
| 9.741 | 305 | 2.973.256 | 13.098 |
| 9.999 | 305 | 3.052.047 | 13.445 |
| 10.264 | 305 | 3.132.927 | 13.801 |
| 10.536 | 305 | 3.215.949 | 14.167 |
| 10.815 | 305 | 3.301.172 | 14.543 |
| 11.102 | 305 | 3.388.653 | 14.928 |

**Fuente:** Cuadro nro. 27 y 28
**Elaboración:** La Autora

## ANÁLISIS DE LA OFERTA

Cuando se va a determinar la oferta es necesario considerar a aquella como la cantidad de productos y/ o servicios que se ofrecen en el mercado. Es por ello que para obtener la oferta de mermelada se llevó a cabo la recolección de información mediante la aplicación de encuestas a los diferentes locales comerciales existentes en la ciudad de Loja.

### Oferta Actual

Para la determinación de la oferta actual se recolectó información sobre la cantidad de venta de cada establecimiento, estos datos se los formuló con una tabla donde constan las ventas de cada uno de ellos, el porcentaje de crecimiento en ventas en un intervalo de entre el 5% al 10% de crecimiento en ventas, obteniendo el total de ventas ponderadas.

- **Ventas ponderadas=** ventas * % crecimiento en ventas

  **VP=** 1423*10%

  **VP=** 142
- **Tasa de crecimiento promedio=** 82% / 12

  **TCP**= 6,8%
- **Total anual=** Total ventas mensuales * 12

  **Total anual=** 3854 * 12

  **Total anual** = 46.248

En el siguiente cuadro se muestran las ventas de cada uno los oferentes con la tasa de crecimiento y las ventas ponderadas.

**Cuadro Nro. 30**

| Nro. | Oferentes | Ventas | % de crecimiento en ventas | Ventas ponderadas |
|---|---|---|---|---|
| 1 | Supermaxi | 1423 | 10% | 142 |
| 2 | Tía S.A | 1245 | 10% | 125 |
| 3 | Zerimar | 416 | 9% | 37 |
| 4 | Gran Akí | 368 | 10% | 37 |
| 5 | Tenderito | 128 | 8% | 10 |
| 6 | Supermercado Puerta del sol | 96 | 7% | 7 |
| 7 | Galtor | 78 | 7% | 5 |
| 8 | Mercamax | 61 | 6% | 4 |
| 9 | Yerovi | 25 | 6% | 2 |
| 10 | Romar | 8 | 5% | 0 |
| 11 | Micromercado La tebaida | 3 | 5% | 0 |
| 12 | Micromercado San Sebastián | 3 | 5% | 0 |
| **TOTAL MENSUAL** | | **3854** | **78%** | **227** |
| **TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO** | | | | **6,5%** |
| **TOTAL ANUAL** | | | | **46.248** |

**Elaboración:** La Autora
**Fuente:** Encuestas

**Proyección de la oferta de mermelada en la ciudad de Loja**

La oferta proyectada se la obtuvo de la multiplicación de la tasa de crecimiento por el total anual de venta de mermelada.

**Cuadro Nro. 31**

| Años | Tasa de crecimiento | Oferta proyectada |
|---|---|---|
| 2017 | 6,5% | 46.248 |
| 2018 | 6,5% | 49.254 |
| 2019 | 6,5% | 52.456 |
| 2020 | 6,5% | 55.865 |
| 2021 | 6,5% | 59.496 |
| 2022 | 6,5% | 63.364 |

**Fuente:** Cuadro nro. 30
**Elaboración:** La Autora

## BALANCE ENTRE OFERTA Y DEMANDA

Para el análisis entre oferta y demanda, se tomó los datos obtenidos de la demanda proyectada y oferta proyectada, en base a la diferencia de estas dos se obtuvo la demanda insatisfecha.

## DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA:

**Demanda insatisfecha:** Demanda efectiva – Oferta Actual

**Cuadro Nro. 32**

| AÑO | DEMANDA EFECTIVA | OFERTA | DEMANDA INSATISFECHA |
|---|---|---|---|
| 0 | 2.973.256 | 46.248 | 2.927.008 |
| 1 | 3.052.047 | 49.254 | 3.002.793 |
| 2 | 3.132.927 | 52.456 | 3.080.471 |
| 3 | 3.215.949 | 55.865 | 3.160.084 |
| 4 | 3.301.172 | 59.496 | 3.241.675 |
| 5 | 3.388.653 | 63.364 | 3.325.289 |

**Fuente:** Cuadro Nro.29 y 31.
**Elaboración:** La Autora

## PLAN COMERCIAL

Para la ejecución del Plan de comercialización del producto, cuya finalidad es hacer posible que llegue al consumidor en condiciones óptimas de lugar y tiempo se consideran factores que intervienen en el diseño, presentación y venta del mismo analizando la mezcla de mercado en base a:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción.

**Gráfico Nro. 22**

La mermelada de verduras con un contenido de 227 gramos es un producto que está dirigido para el consumo de todas las familias de la ciudad de Loja,

la materia prima principal serán las verduras como ingrediente principal la **Remolacha** es energética muy aconsejada en casos de anemia, enfermedades de la sangre y convalecencia debido a su alto contenido en hierro, también aporta vitaminas C, la **piña** es rica en agua (hasta un 87% de su composición), además contiene carbohidratos, fibra y proteína vegetal, **alfalfa:** contiene vitaminas del grupo B, A, C y E, y minerales como el calcio, cobre, cromo, hierro, magnesio, selenio y zinc, **miel de caña**: contiene gran cantidad de minerales como el magnesio, el calcio, el cobre multitud de vitaminas, las mismas que se dan dentro de nuestra región en gran producción y serán aprovechadas al 100%.

El beneficio que este producto brinda a los consumidores es que contiene muchas propiedades nutritivas además de buen sabor, es elaborado con verduras y frutas las cuales son ricas en vitaminas aportan a una alimentación saludable en la dieta alimentaria, se utilizarán productos 100% naturales con la finalidad de mantener el sabor natural de las frutas y verduras lo cual representa a la mermelada como un producto libre de químicos y persevantes artificiales.

**Atributos del producto:**

- **Calidad:** El producto será de calidad ya que se contará con el mejor proceso técnico de producción con maquinaria moderna y personas capacitadas en el en su elaboración.

- **Sabor:** Nutritivo además de poseer un sabor único y dulce agradable al paladar de los consumidores.

- **Diferenciación**: la diferencia que tiene esta mermelada en relación a otras es que se elabora a base de verduras, frutas y endulzada con miel de caña, además de ello es un producto nuevo en el mercado el mismo que está dirigido a las familias de la ciudad de Loja es decir es un producto que puede ser consumido por todas las personas que deseen adquirirlo.

- **Presentación**:
  - **Producto:** Mermelada de verduras
  - **Nombre de la Empresa:** ´´CALVA-C CIA LDTA´´
  - **Ingredientes:** Remolacha, alfalfa, piña, miel de caña, ácido cítrico.
  - **Envase:** Se presentará en envases de plástico con etiqueta.
  - **Peso:** 227 gramos
  - **Ciudad:** Loja
  - **Provincia:** Loja
  - **País:** Ecuador

**MARCA**

El nombre Comercial de la empresa, el cual será la representación del producto que ofreceremos a nuestros clientes con una identidad propia será: **“MERMELADA DE VERDURAS’’,** el nombre de la compañía será **‘’CALVA-C CIA LDTDA’’**

**SLOGAN**

El slogan es la frase clave con la cual la empresa reflejará su esencia, a su vez se pretenderá crear identidad y llegar con el mensaje a los consumidores y por ende que los mismos identifiquen a la empresa con este mensaje.

El slogan del producto:

**‘’VERDURAS EN MERMELADAS Y CONFITADAS SABEN MUCHO MEJOR´´**

**ETIQUETA**

Parte importante del producto la misma que va adherida al envase, en ella se muestra la información necesaria que el consumidor requiere saber ya sea información nutricional, sabor, ingredientes, semaforización, registro sanitario etc, es decir es la imagen del producto.

**Gráfico Nro. 23**

**ENVASE**

El envase plástico es de 227 gramos, contiene la etiqueta con todas sus características, para el diseño del producto se consideró que el mismo vaya en armonía tanto en colores como tamaño haciéndolo llamativo a los consumidores y de fácil acceso.

**Gráfico Nro. 24**

**PRECIO**

Factor importante para la comercialización del producto dentro del mercado puesto que al momento de ofrecerlo se debe tomar en cuenta los precios de la competencia, no se puede fijar un precio demasiado elevado ya que se puede convertir en una desventaja para nuestra empresa, porque puede existir la posibilidad que el precio de la competencia sea mucho menor que la nuestra y de la misma manera no muy bajo ya que si nuestro producto es de excelente calidad tendrá el valor que corresponde.

El precio de venta del producto mermelada de verduras se determina en base al costo unitario de fabricación por el porcentaje de utilidad.

Se estima un costo del producto en $2,00

**PLAZA O DISTRIBUCIÓN**

Se utilizaran dos rutas de comercialización puesto que mediante ello se podrán cubrir diferentes zonas geográficas, se vende el producto a terceras personas que hacen llegar el producto al consumidor o usuario final.

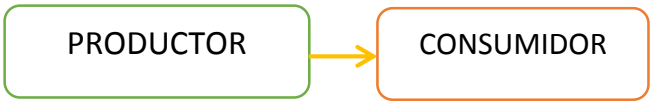
En cuanto a los puntos de venta donde se va a distribuir el producto, es importante que podamos dar a conocer el producto para la captación de clientes y se pueda posicionar en el mercado, lo cual se puede lograr desarrollando estrategias de mercado para la introducción del producto.

Los canales de distribución seleccionados para la venta del producto serán los supermercados de los sectores Norte, Centro y Sur de la localidad, bodegas ubicadas fuera de los centros de abastecimiento masivo (mercados) y tienda ubicadas en el centro de la ciudad con la finalidad que el producto se encuentre en lugares accesibles a los consumidores, para que logre tener mayor acogida y aceptación.

Canales de comercialización o rutas de distribución:

- Directa: productor- consumidor.

**Gráfico Nro. 25**




- Productor, intermediario-consumidor:

**Gráfico Nro. 26**

El producto será comercializado en la ciudad de Loja, específicamente en una segmentación de mercado de las familias. La comercialización se la hará en forma directa productor consumidor, e indirecta, es decir con la

participación de intermediarios, ya que son los que comercializan este tipo de productos.

**PROMOCIÓN**

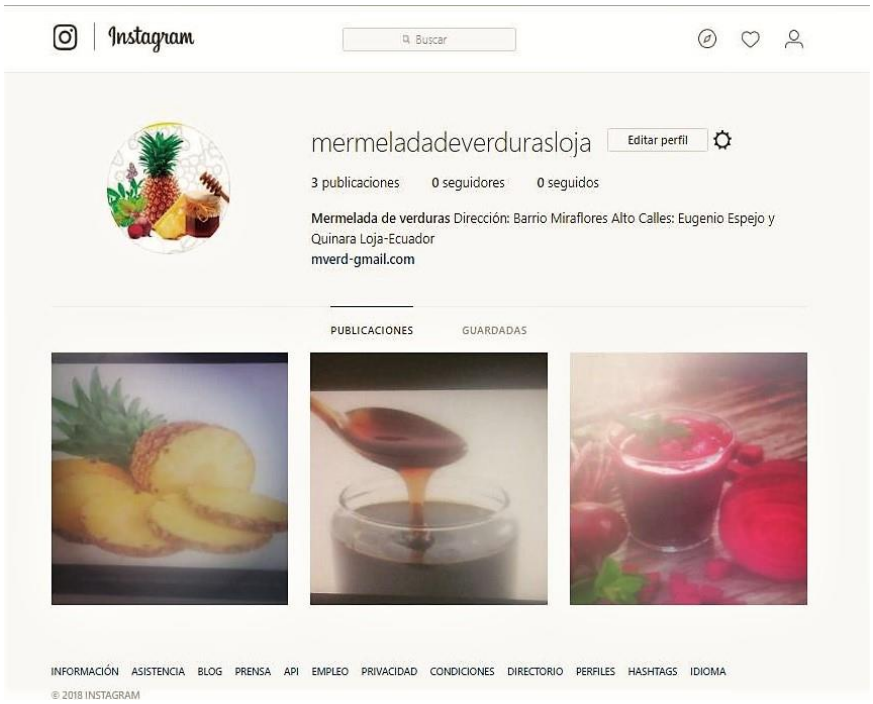
Para que el producto pueda tener aceptación mayoritaria en el mercado se pueden organizar exposiciones, participaciones en ferias para la presentación y degustación del mismo a los consumidores y de esta manera dar a conocer el producto, sus beneficios, sabores, puntos de venta y precio.

**PUBLICIDAD**

Para dar a conocer el producto mermelada de verduras se necesitará de publicidad la misma que se la puede realizar de varias maneras y por diferentes medios de comunicación más utilizados por el público actualmente.

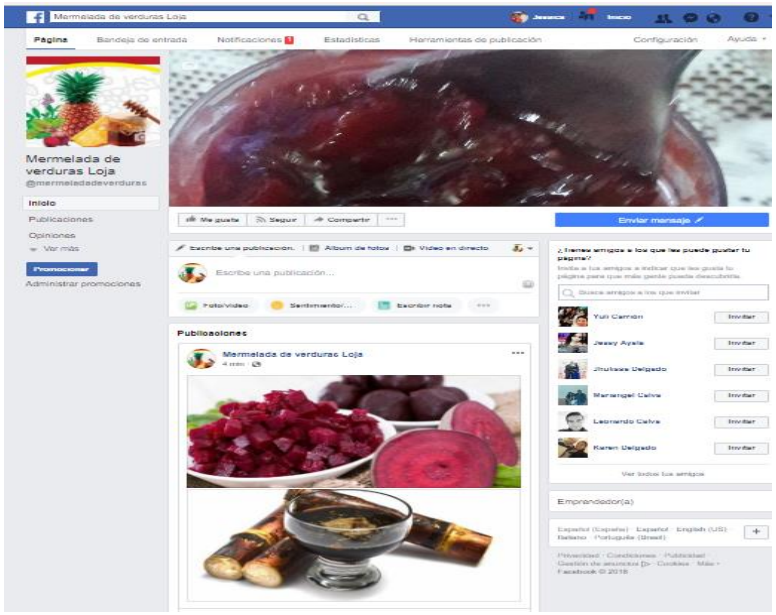
- **PUBLICIDAD POR LA RED SOCIAL INSTAGRAM**

**Gráfico Nro. 27**




- **PUBLICIDAD POR LA RED SOCIAL FACEBOOK**

**Gráfico Nro.28**



Estas dos son las plataformas de redes sociales más conocidas y populares a nivel mundial, nacional y local, ya que mediante ellas se puede conectar a diferentes sitios, personas etc. De tal manera que se pretende aprovechar estas ventajas para abrir cuentas de información sobre el producto y de esta manera poder llegar a posibles futuros consumidores.

La información que se dará en estas redes sociales detallaran el sabor de la mermelada, precio, lugares de venta, contactos, email, además de fotos del producto, promociones e incluso pedidos con entregas a domicilio.

- **RADIO**

La finalidad de publicidad por radio es dar a conocer los beneficios y caracteristicas que tiene el producto, como el sabor a demas del lugar donde puede ser adquirido, mediante un audio el mismo que se tiene previsto sea transmitirdo por la emisora radial ´´PODER'' de la ciudad de Loja puesto que es una de mayor popularidad y audiencia en la localidad. El número de veces que será transmitido durante el dia son 3 el cual también durará 30 segundos por emisión.

- **CONTENIDO PARA PUBLICIDAD RADIAL**

**Gráfico Nro. 29**

**PRUEBA UN NUEVO SABOR EN MERMELADA**

**DEGUSTA DE LA NUEVA MERMELADA DE VERDURAS**

ELABORADA A BASE DE REMOLACHA, ALFALFA, PIÑA Y MIEL DE CAÑA LIBRE DE PRESERVANTES ARTIFICIALES UN PRODUCTO 100% NATURAL QUE APORTARÁ BENEFICIOS A TU ALIMENTACIÓN DIARIA.

*"VERDURAS EN MERMELADAS Y CONFITADAS SABEN MUCHO MEJOR"*

Estamos ubicados en el barrio Miraflores alto Eugenio Espejo y Quinara o también lo puede adquirir en los distintos locales comerciales de la localidad.

- Se elaborarán tarjetas de presentación como se muestra en el modelo a continuación donde se dé a conocer la información de la empresa.

**Gráfico Nro.30**

## 2. ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio técnico se determinan los requerimientos de los recursos básicos para el proceso de producción, tecnología, espacio físico y talento humano.

Enfocado en 4 aspectos fundamentales:

- Tamaño
- Localización
- Ingeniería del proyecto

**TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN**

- **TAMAÑO**

Hace referencia a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante su funcionamiento durante un período de tiempo, el volumen de las inversiones y costos a estimar. En el tamaño del proyecto se consideran aspectos como: demanda existente, capacidad instalada y capacidad utilizada, abastecimiento de la materia prima, tecnología disponible y la necesidad de mano de obra.

- **CAPACIDAD DISEÑADA**

La capacidad diseñada determinada para el proyecto se la tomó en base a la capacidad de producción de la maquina principal como es el tacho cocinador

y batidor de dulce el cual tiene una capacidad de 15890 gramos de mermelada por horas de producción

El tiempo establecido para el proceso de producción es de 120 minutos de los cuales el tacho batidor y cocinador de dulce ocupa 24 minutos para la cocción e incorporación de conservantes.

En el siguiente cuadro se realiza el cálculo de la capacidad diseñada:

**Cuadro Nro.33**

| | |
|---|---|
| 24 minutos | 15890GRAMOS |
| 1440 minutos (24 horas) | **953400 GRAMOS** |

**Elaboración:** La Autora

- 1440 minutos * 15890 gramos = 22881600
- 22881600 / 24 minutos =953400 gramos (4200 unidades)
- 953400 gramos * 365 días del año = 347991000 gramos anuales

Considerando la capacidad diseñada de la máquina para el procesamiento de la mermelada se calcula que para los 24 minutos que dura la cocción e incorporación de conservantes se obtiene la cantidad de 15890 gramos, se multiplica los 1440 minutos (24 horas del día) por 15890 gramos y se divide para los 24 minutos tiempo del proceso del tacho cocinador y batidor de dulce dando un resultado de 953400 gramos al día.

Finalmente se multiplican los 953400 gramos de mermelada por los 365 días del año, dando como resultado 347991000 gramos anuales.

- **CAPACIDAD INSTALADA**

**Cuadro Nro. 34**

| | | |
|---|---|---|
| ***Capacidad de producción tacho batidor y cocinador de dulce por horas*** | 15890 | **Gramos por proceso** |
| ***Tiempo de producción por proceso 120 minutos*** | 120 | **Minutos** |
| ***Tiempo de operación de la maquinaria*** | 8 | **Horas** |

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro Nro. 35**

| | |
|---|---|
| 120 minutos | 15890 gramos |
| 480 minutos ( 8 horas) | **X** |

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro Nro. 36**

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Capacidad instalada** | 15890 | **X** | 480 | / | 120 | **=** | 63200 gramos diarios | (278 UNIDADES DIARIAS) |
| **Capacidad instalada** | 63200 | **X** | 5 | Días semana | 316000 | **=** | 316000 gramos semanales | (1392 unidades) |
| **Capacidad instalada** | 316000 | **x** | 52 | semanas | 16432000 gramos anuales | | | (72,388 unidades) |

**Elaboración:** La Autora

Para la determinación de la capacidad instalada se considera las 8 horas de trabajo (480 minutos) y se lo multiplica por los 15890 gramos divididos para los 120 minutos de duración del proceso, obteniendo 63200 gramos diarios ( 280 unidades); los 63200 gramos diarios multiplicados por los 5 días de la semana indica que se obtendrá 316000 gramos semanales (1392 unidades); anualmente se obtiene un total de 1643200 gramos ( 72,388 unidades) resultantes de la multiplicación de los 316000 por las 52 semanas que tiene el año.

- **CAPACIDAD UTILIZADA**

Es el rendimiento o nivel de producción con el que se va hacer trabajar la maquinaria, está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un tiempo determinado.

La determinación de la capacidad utilizada se la establece en base a la capacidad instalada considerando los años de vida útil del proyecto.

**DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD UTILIZADA DE LA EMPRESA**

**Cuadro Nro. 37**

| Años | Capacidad Utilizada (100%) | % de capacidad utilizada | Total Capacidad Utilizada |
|---|---|---|---|
| 0 | 72388 | 100% | 72.388 |
| 1 | | 100% | 72.388 |
| 2 | | 100% | 72.388 |
| 3 | | 100% | 72.388 |
| 4 | | 100% | 72.388 |
| 5 | | 100% | 72.388 |

**Elaboración:** La Autora

Se utilizara el 100% de la capacidad instalada es decir las 72.388 unidades desde el año 1 al 5 de vida útil del proyecto.

## PARTICIPACIÓN DE LA EMPRESA

La participación de la empresa en el mercado en el año uno será del 2,41%.

**Cuadro Nro. 38**

| AÑOS | DEMANDA INSATISFECHA | CAPACIDAD UTILIZADA | PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO |
|---|---|---|---|
| 1 | 3.002.793 | 72.388 | 2,41% |
| 2 | 3.080.471 | 72.388 | 2,35% |
| 3 | 3.160.084 | 72.388 | 2,29% |
| 4 | 3.241.675 | 72.388 | 2,23% |
| 5 | 3.325.289 | 72.388 | 2,18% |

**Fuente:** Cuadro Nro.32 y 37
**Elaboración:** La Autora

## LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Se representa la ubicación geográfica, donde implementaremos la empresa.

- **Factores determinantes de localización**

La determinación de la localización de la empresa es un factor muy importante puesto que la localización depende de los costos de transporte y materia prima, mano de obra, servicios básicos, eliminación de residuos, infraestructura física, leyes y reglamentos, etc.

El lugar propicio para la implementación de la empresa es en la ciudad de Loja, cantón y provincia de Loja, en este sector la empresa estará al alcance de quienes le proveerán la materia prima.

Se justifica la localización en la ciudad de Loja, parroquia Sucre; por cuanto se dispone de toda la infraestructura básica que hace posible el desarrollo de actividades contando con:

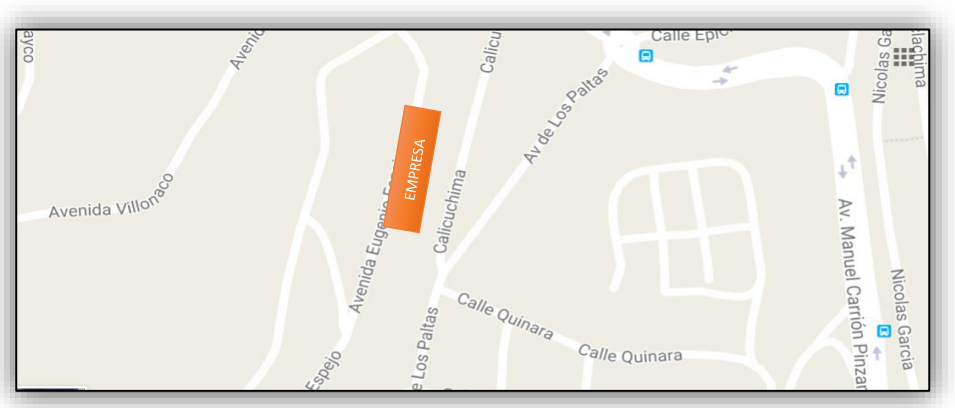
- **Clima:** Se cuenta con el clima necesario para la producción de la mermelada de verduras puesto que en esta región se dan en gran cantidad así como también el resto de materia prima requerida.
- **Servicios básicos:** Se identifican los servicios básicos necesarios para la producción de mermelada de verduras en la cual serán fundamentalmente necesarios luz eléctrica y agua potable.

- **Materia prima:** Se cuenta con la materia prima necesaria para la elaboración del producto.
- **Recursos Humanos:** El requerimiento de la mano de obra para la realización de este producto está garantizada debido a que existe alta influencia de personas que requieren un espacio laboral
- **Tecnología:** La tecnología a utilizarse para el proyecto se tiene plenamente identificada y así mismo el nivel de inversión que requiere.
- **Mercado:** El mercado se encuentra ampliamente identificado y sobre todo hacia quienes va dirigido este producto, las familias de la ciudad de Loja.

## MICROLOCALIZACIÓN

**UBICACIÓN DE LA EMPRESA:** La empresa estará ubicada en la ciudad y provincia de Loja, región sur del Ecuador, específicamente en la Avenida Eugenio Espejo del barrio Miraflores Alto.

**Gráfico Nro.31**



**BARRIO:** Miraflores

**SECTOR:** Occidental

**CALLES:** Avenida Eugenio Espejo y Quinara

**PARROQUIA:** Sucre

**MACROLOCALIZACIÓN**

**MAPA DE LOJA**

**PAÍS:** Ecuador

**CANTÓN:** Loja

**CIUDAD:** Loja

**Gráfico Nro. 32**

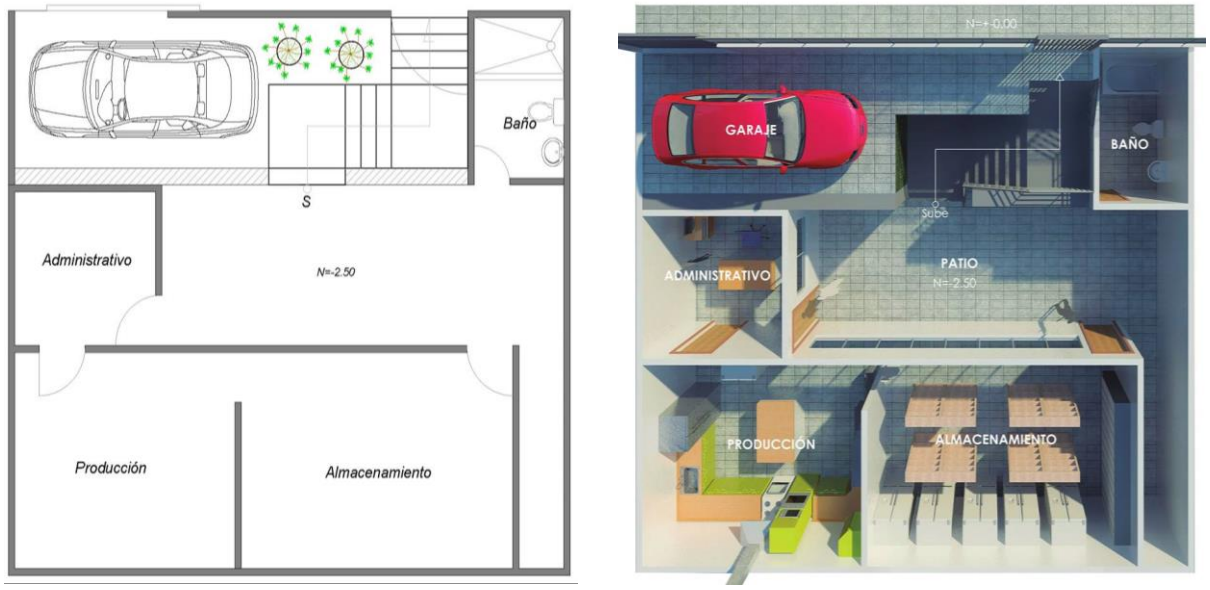
Aquí se llega a definir la zona general, la ciudad y región en donde se va a localizar la unidad de producción, en este caso es en la ciudad de Loja.

# INGENIERÍA DEL PPROYECTO

## DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

La distribución de la planta es el lugar físico donde se van a desarrollar las actividades de administración, producción y comercialización.

**Grafico Nro.33**




Para el funcionamiento de la empresa se cuenta con un lugar propicio para desarrollar las actividades de producción y comercialización, se encuentra debidamente distribuido para cada una de las áreas en donde se desempeñara el personal a cargo de las mismas, se pagará arriendo en un valor de en un valor de $400 dólares mensuales en el cual se deberán realizar las respectivas adecuaciones e instalaciones para su buen funcionamiento.

## REQUERIMIENTO DE MATERIA PRIMA

Para la determinación de la materia prima requerida para la producción de mermelada de verduras se elaboró un balance de materia prima donde se indica la cantidad que se requiere tanto para una unidad, para las 8 horas de trabajo y las 52 semanas del año.

La materia prima requerida para la producción de una unidad de 227 gramos de mermelada de verduras es la siguiente:

**Cuadro Nro. 39**

| MERMELADA DE VERDURAS | | | |
|---|---|---|---|
| BALANCE DE MATERIA PRIMA PARA 1 UNIDAD DE 227 GRAMOS | | | |
| **Cantidad** | **Unidad de medida** | **Producto** | **GRAMOS** |
| 25 | gr | Alfalfa | 25 |
| 104 | gr | Remolacha | 104 |
| 25 | gr | Piña | 25 |
| 43 | ml | Miel de caña | 43 |
| 8 | gr | Ácido cítrico | 8 |

**Elaboración:** La Autora

Se necesita para la producción de 278 unidades diarias de mermelada de verduras la cantidad de:

**Cuadro Nro. 40**

| MERMELADA DE VERDURAS | | | |
|---|---|---|---|
| BALANCE DE MATERIA PRIMA PARA 278UNIDADES DE 227 GRAMOS | | | |
| **Cantidad (gramos)** | **Unidad de medida** | **Producto** | **Unidades** |
| 6950 | gr | Alfalfa | 70 |
| 29029 | gr | Remolacha | 556 |
| 7068 | gr | Piña | 254 |
| 11864 | ml | Miel de caña | 16 |
| 2272 | gr | Ácido cítrico | 37 |

**Elaboración:** La Autora

Se necesita para la producción de 1392 unidades semanales de mermelada de verduras la cantidad de:

**Cuadro Nro. 41**

| MERMELADA DE VERDURAS | | | |
|---|---|---|---|
| **BALANCE DE MATERIA PRIMA PARA 1392 UNIDADES DE 227GRAMOS** | | | |
| **Cantidad** | **Unidad de medida** | **Producto** | **Unidades** |
| 34800 | gr | Alfalfa | 348 |
| 145353 | gr | Remolacha | 2784 |
| 35390 | gr | Piña | 1273 |
| 59405 | ml | Miel de caña | 80 |
| 11375 | gr | Ácido cítrico | 184 |

**Elaboración:** La Autora

Así mismo para la cantidad de 72.388 unidades anuales de mermelada la materia prima requerida es la siguiente:

**Cuadro Nro. 42**

| BALANCE DE MATERIA PRIMA PARA 72388 UNIDADES DE 227GRAMOS | | | |
|---|---|---|---|
| **Cantidad** | **Unidad de medida** | **Producto** | **unidades** |
| 669 | gr | Alfalfa | 18.097 |
| 2795 | gr | Remolacha | 144.776 |
| 681 | gr | Piña | 66.183 |
| 1142 | ml | Miel de caña | 4.136 |
| 219 | gr | Ácido cítrico | 9.566 |

**Elaboración:** La Autora

## PROCESO DE PRODUCCIÓN

Se describe cada uno de los pasos del proceso de producción para la elaboración del producto, según la capacidad de la maquinaria (tacho cocinador y batidor de dulce) se producirán 278 unidades de mermelada de verduras de 227 gramos.

A continuación se especifican cada una de sus etapas:

**Selección de materia prima.-** La recepción de la materia prima se la realizará en condiciones óptimas de almacenamiento en un lugar fresco y seco, esto asegurará y garantizará que la materia prima se conserve en buen estado y además se encuentre libre de otros factores que afecten al producto, se almacenará en cantidades justas para que se utilice todo el producto en la jornada laboral y de esta manera no se dañe.

**Control de calidad.-** El control de calidad del producto se lo realiza mediante una inspección de la fruta así como también de los demás ingredientes para la elaboración de este producto, con la finalidad de garantizar calidad en la producción.

**Esterilización de utensilios.-** los envases tienen que pasar por un proceso de esterilización a una temperatura de 120°C .

**Lavado y pelado de ingredientes.-** eliminación de impurezas y microorganismos. Separar la corteza de la pulpa.

**Pesado de ingredientes.-** cantidades exactas

- Alfalfa
- Remolacha
- Piña
- Miel de caña
- Ácido cítrico

**Licuado.-** obtener sustancia semilíquida

**Tamizado.-** separar sustancia liquida de grumos.

**Cocción e incorporación de conservantes.-** una vez tamizado llevar a fuego medio alcanzando una temperatura de entre 60 y 70°C. Agregar los conservantes y diluirlos.

**Enfriado y envasado.-** Luego del enfriado se procederá al envasado en frascos de vidrio de 227 g.

**Almacenamiento.-** Se almacenará el producto final en la bodega de almacenamiento.

- **Flujograma de procesos**

Permite conocer los procesos para la elaboración del producto con los tiempos requeridos en cada una de sus etapas:

**Simbología**

**Gráfico Nro. 34**

| SÍMBOLO | SIGNIFICADO |
|---|---|
| | Comienzo / Fin |
| | Actividad |
| | Almacenamiento |
| | Línea de flujo |

**Elaboración:** La autora

## FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE PRODUCCIÓN DE MERMELADA DE VERDURAS EN UNIDADES DE 227 GRAMOS

**Grafico Nro.35**

**Elaboración:** La autora

**MAQUINARIA**

La maquinaria requerida para la elaboración del producto se especifica de la siguiente manera:

- **EQUIPOS Y MAQUINARIA PARA LA PRODUCCIÓN**

**Esterilizador**

**Gráfico Nro. 35**

**Características:** Idóneo para envases de vidrio con tapa, latas y sobres de plástico especial, ya que durante el proceso tienen que estar sometidos a sobrepresión, que se logra mediante aire comprimido. Con temporizador y registrador de temperatura y tiempo, y una temperatura máxima de 120 °C,

permite unas capacidades de 160 a 320 l, con doble sistema de seguridad en la presión su precio es de 1.120,00 dólares.

**Peladora, limpiadora y lavadora de frutas y verduras**

**Gráfico Nro. 36**

**Características:** Marca Vanmark Con rodillos exclusivos de rápido intercambio, sistema fuerte y confiable con dispositivo mecánico de velocidades variables, compuerta de descarga Easy Flow para un adecuado control de carga y canal cribador para mayor visibilidad y mejor higiene, armazón rígido en forma de tubo soldado en acero inoxidable con barra integral su precio es de 1.300,00 dólares.

**Licuadora Industrial**

**Gráfico Nro. 37**

**Características**

**Marca:** Skimsen

**Precio:** $870,00

Partes y piezas de acero inoxidable.

**Tacho cocinador y batidor de dulce**

**Gráfico Nro. 38**

**Características:**

- Precio: 870
- Capacidad de: 15890 gramos
- Aspas giratorias accionadas por motor con su control y de accionamiento eléctrico

**Envasadora, selladora y etiquetadora**

**Gráfico Nro. 39**

**Características:**

**Precio:** 2.500,00

**Diseñada para:** envasar, sellar y etiquetar

**Capacidad:** 300 envases por hora

- **Implementos o herramientas de producción**

**Tamiz**

**Gráfico Nro. 40**

**Balanza Digital**

**Gráfico Nro. 41**

**Cilindro Industrial**

**Gráfico Nro. 42**

**MESA DE ACERO INOXIDABLE**

**Gráfico Nro. 43**

- Ideal para recepción de materia prima y control de calidad, precio $250,00.

## 3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA

Es de fundamental importancia la organización de la empresa para la implementación de un proyecto el mismo que debe contar con procesos legales y administrativos:

- **Organización Legal**

El tipo de organización a conformarse según el artículo 92:

La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía de Responsabilidad Limitada" o su correspondiente abreviatura.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

**Nombre, nacionalidad y domicilio de los socios que la forman.**

Joffre Leonardo Calva; Mariángel Calva de nacionalidad Ecuatoriana y con domicilio en la ciudad y provincia de Loja.

**Razón social, objeto y domicilio de la Compañía:**

Calva C. compañía Ltda., que tendrá por objeto la producción y comercialización de mermelada de verduras, con domicilio en la ciudad y provincia de Loja.

**Nombre de los socios autorizados para obrar, administrar y firmar por ella**

Puesto que los dos socios aportan en igual cantidad: Joffre Calva y Mariángel Calva, tienen la autorización para obrar, administrar y firmar por ella.

**La suma de los aportes entregados o por entregarse para la constitución de la misma:** Cada uno de los socios deberá entregar 10,000.00 dólares o su similar en bienes para la constitución de “Calva C. CÍA Ltda.’

**El tiempo de duración de ésta:**

La compañía en nombre colectivo a conformarse tendrá una duración de 5 años a partir de la fecha de constitución.

**CAPITAL**

El capital de Calva C. CIA Ltda. Sé compone de los aportes que cada uno de los socios para la constitución de la Compañía Limitada, será necesario

el pago de no menos del 50% del capital suscrito. Si el capital fue aprobado en obligaciones, valores o bienes en el contrato social se dejará constancia de ello y de sus avalúos.

**ADMINISTRACIÓN**

En el acta de constitución de la Compañía de responsabilidad Limitada se aclarará que sólo alguno o algunos de los socios serán autorizados en este caso Gerente o Presidente para cobrar o para administrar y firmar por ella, sólo la firma y los actos de éstos bajo la razón social obligarán a la compañía a cumplir con las obligaciones que éstos han adquirido a su nombre.

## ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

**NIVELES ADMINISTRATIVOS**

En “Calva C. CÍA Ltda.”, se describen 5 niveles administrativos:

- Nivel Directivo
- Nivel Ejecutivo
- Nivel Asesor
- Nivel de Apoyo
- Nivel Operativo

**Nivel directivo.**- Este nivel se encarga de fijar las políticas y adoptar los planes generales relacionados con la empresa, velar por el cumplimiento de los términos y condiciones establecidos para su ejecución. Asistir a las

reuniones de los consejos, juntas, que tenga asiento la entidad o efectuar las delegaciones pertinentes, lo conforman la junta general de socios y el directorio.

**Nivel Ejecutivo.-** Participa en la formulación, diseño, organización, ejecución y control de planes y programas para la empresa, además de asistir y participar, en representación de la empresa, en reuniones, consejos, juntas o comités de carácter oficial, lo conforma la gerencia.

**Nivel Asesor.-** No tienen autoridad de mando, únicamente asiste a la empresa en términos jurídicos, es la persona que la empresa contratara de manera temporal sobre la situación que la empresa lo requiera, está representado por el asesor jurídico.

**Nivel de apoyo.-** Asiste a otros niveles administrativos en la prestación de servicios con eficiencia la cual está integrado por la secretaria.

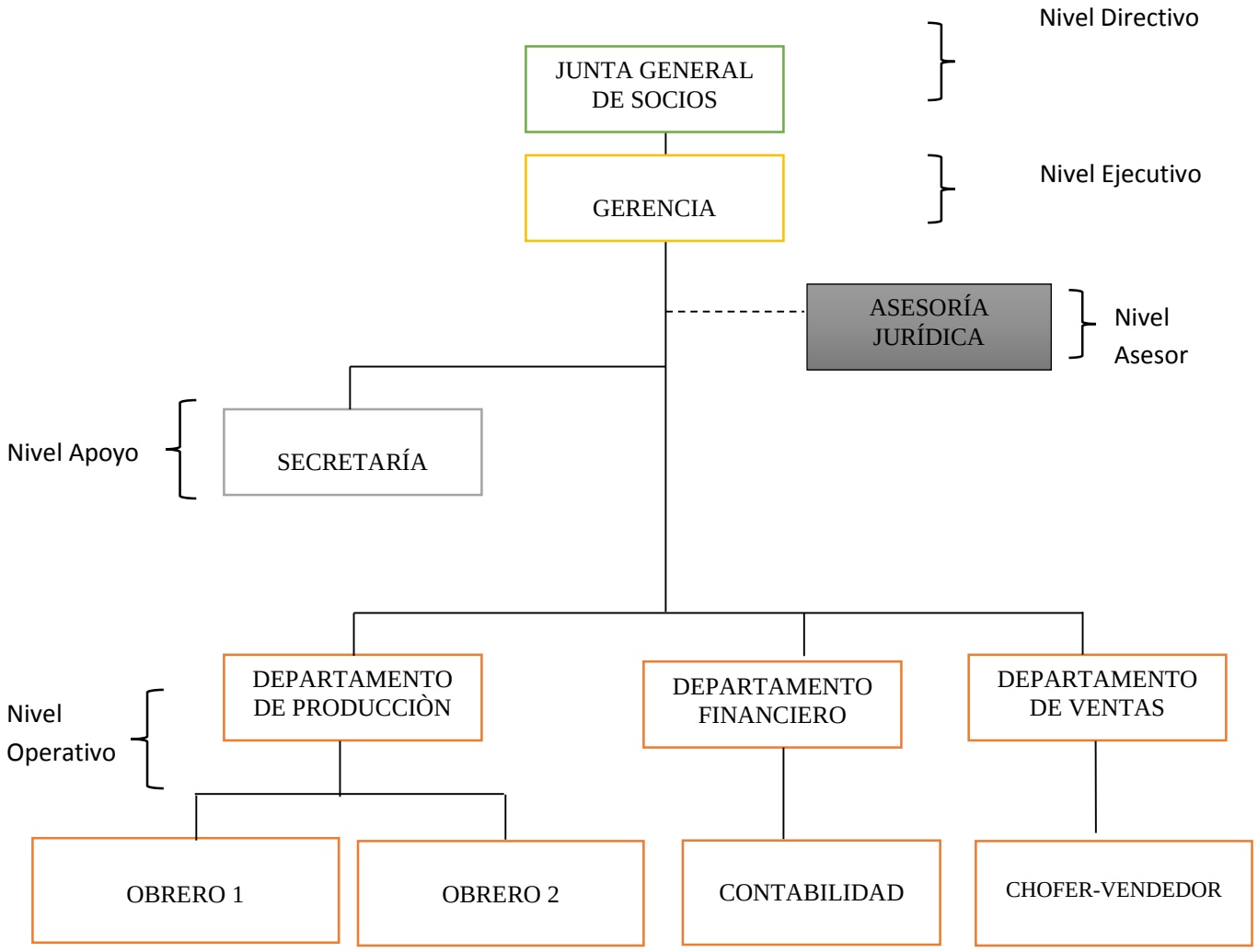
**Nivel Operativo.-** Está integrado por los departamentos donde se ejecutarán actividades operativas de la empresa, conformado por finanzas, producción y ventas.

## ORGANIGRAMAS

Los organigramas son una "representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad, (cadena de mando), relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación".

**Gráfico Nro.44**

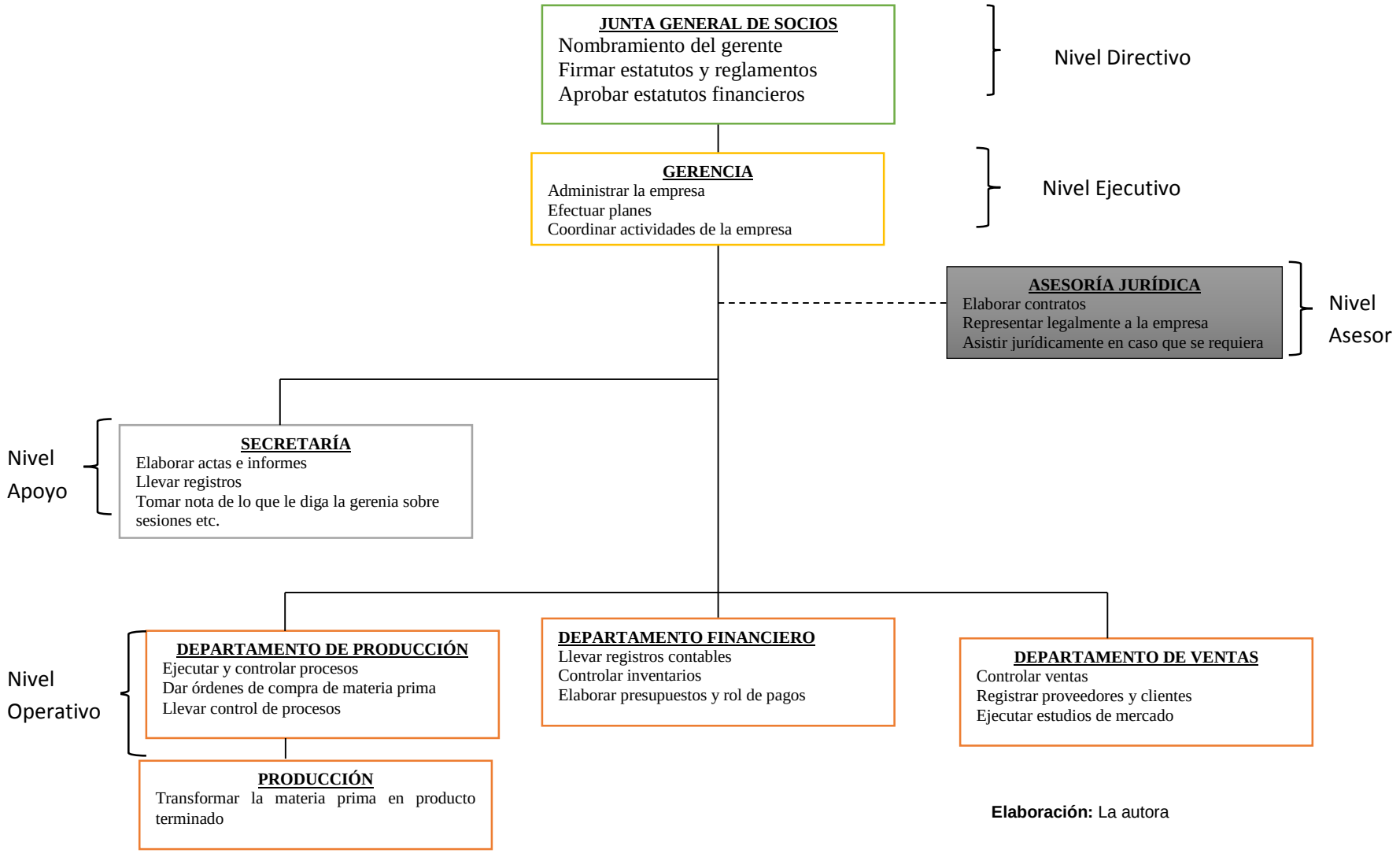
***ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL***
**"Calva-C CÍA Ltda."**




**ELABORACIÓN**: La autora

## ORGANIGRAMA FUNCIONAL

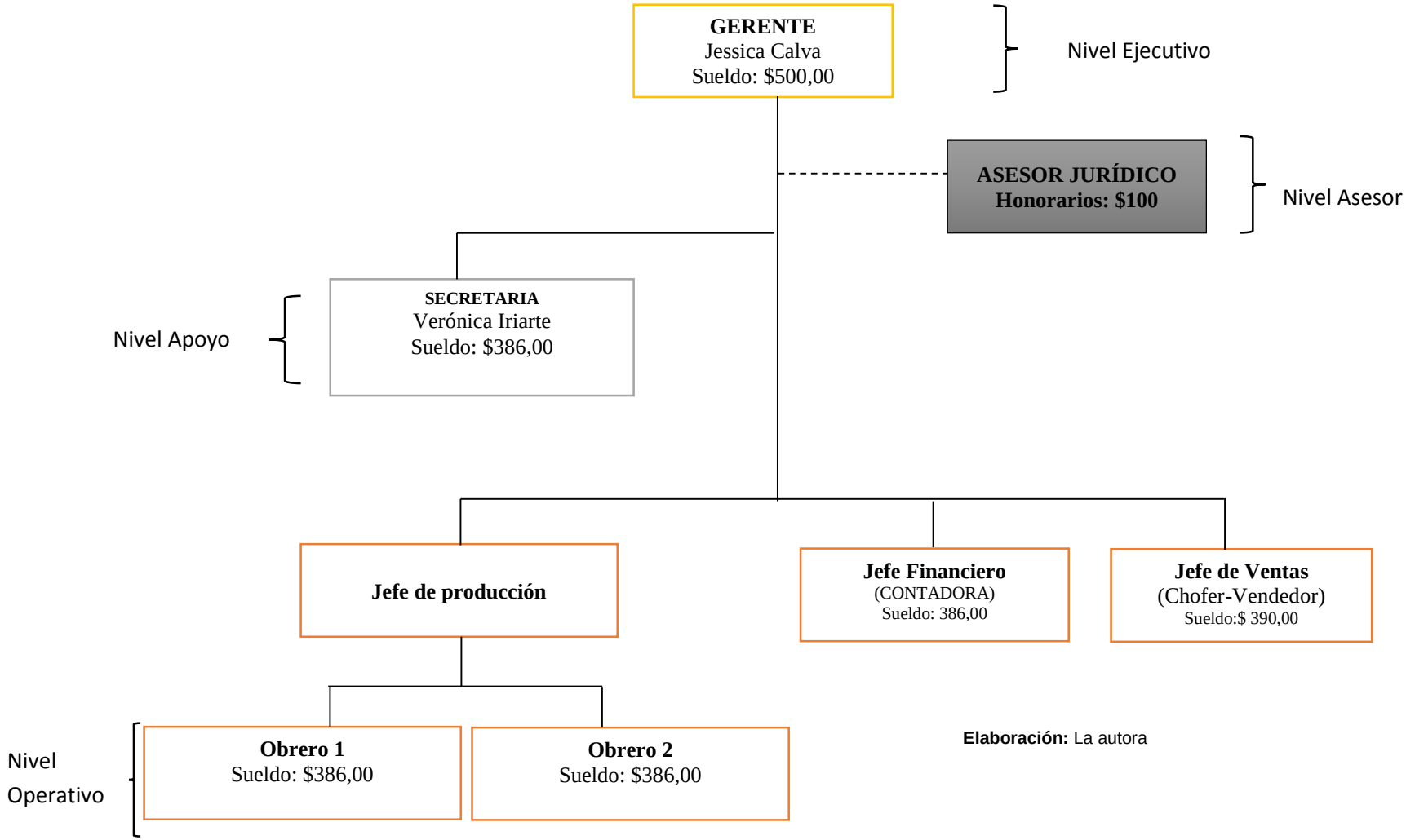
**Grafico Nro. 45**




**Elaboración:** La autora

## ORGANIGRAMA POSICIONAL

**Gráfico Nro.46**




**Elaboración:** La autora

## MANUAL DE FUNCIONES DE LA COMPANÍA

## ‘’CALVA-C CÍA LTDA’’

Constituye toda la información con respecto a cada una de las funciones que debe cumplir todo el personal en su puesto de trabajo, y así evitar contratiempos por el desconocimiento de sus obligaciones como colaboradores de la empresa.

**Clasificación de puestos:**

**Cuadro Nro.43**

| PUESTO | | CÓDIGO |
|---|---|---|
| **GERENCIA** | Gerente | 001 |
| | Secretaria | 002 |
| **FINANZAS** | Contadora | 003 |
| **PRODUCCIÓN** | Obreros | 004 |
| **VENTAS** | Vendedor | 005 |

**Elaboración: La Autora**

| | |
|---|---|
| **CÓDIGO:** | 001 |
| **TITULO DEL PUESTO:** | GERENCIA |

**Cuadro Nro. 44**

| **NATURALEZA DEL TRABAJO** |
|---|
| • Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de la empresa a fin de lograr los objetivos |
| **TAREAS TÍPICAS** |
| **GERENCIA**<br>• Planifica lo que va a realizar en la empresa.<br>• Organiza coordinadamente los recursos, actividades materiales, técnicas y humanas.<br>• Ejecuta los planes de acción.<br>• Controla el desenvolvimiento del personal.<br>• Hacer cumplir los estatutos establecidos<br>• Delega funciones específicas. |
| **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE** |
| Responsabilidad administrativa económica y técnica en la ejecución de las tareas. |
| **REQUISITOS MÍNIMOS** |
| -Título en Ingeniería Comercial<br>- Experiencia mínima 2 años<br>- Curso de Relaciones Humanas<br>- Cursos de Administración |

**Elaboración: La Autora**

**Cuadro Nro. 45**

**CÓDIGO:** 002

**TITULO DEL PUESTO:** Asesor Jurídico

| **NATURALEZA DEL TRABAJO** |
|---|
| Brindar la información jurídica a quien necesite de ello para la resolución de asuntos que tienen que ver con la aplicación de las leyes, normativas y reglamentos en cualquier materia del Derecho |
| **TAREAS TÍPICAS DE ASESORÍA JURÍDICA** |
| • Asesora en la constitución, gestión y disolución de cualquier tipo de sociedad mercantil o civil.<br>• Emite informes jurídicos sobre las distintas áreas de la empresa.<br>• Negocia y redacta contratos.<br>• Asesora a nuestra empresa en materia fiscal, preparando todo tipo de declaraciones y obligaciones fiscales y tributarias.<br>• Asesora en torno a la gestión de derechos en materia de propiedad intelectual e industrial.<br>• Interviene en todo tipo de negociaciones laborales |
| **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE** |
| Garantizar el cumplimiento de la legalidad en las operaciones de nuestro negocio |
| **REQUISITOS MÍNIMOS** |
| • Experiencia mínima de 2 años<br>• Título a nivel universitario, Abogado<br>• Conocimiento amplio sobre contratos empresariales y negocios |

**Elaboración: La Autora**

**Cuadro Nro. 46**

| | |
|---|---|
| **CÓDIGO:** | 003 |
| **TITULO DEL PUESTO:** | Secretaria |

| **NATURALEZA DEL TRABAJO** |
|---|
| • Manejar y tramitar documentos e información confidenciales de la empresa. |
| **TAREAS TÍPICAS** |
| **SECRETARIA**<br>• Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas<br>• Manejar datos e información confidencial de la empresa<br>• Tramitar pedidos u órdenes del jefe<br>• Enviar y recibir correspondencia de la empresa.<br>• Mantener la información administrativa al día |
| **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE** |
| • Manejo de documentación administrativa |
| **REQUISITOS MÍNIMOS** |
| • Experiencia mínima 2 años<br>• Secretariado<br>• Informática<br>• Cursos de Relaciones Humanas. |

**Elaboración: La Autora**

**Cuadro Nro. 47**

| | |
|---|---|
| **CÓDIGO:** | 004 |
| **TITULO DEL PUESTO:** | Contadora |

| **NATURALEZA DEL TRABAJO** |
|---|
| • Ejecutar operaciones contables y realizar el análisis financiero. |
| **TAREAS TÍPICAS** |
| **CONTADORA**<br>• Llevar actualizado el sistema contable de la empresa<br>• Preparar estados financieros de la empresa<br>• Determinar el control previo sobre gastos<br>• Organizar en forma adecuada los registros contables<br>• Ejecutar operaciones contables<br>• Realizar análisis financieros |
| **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE** |
| • Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites administrativos y operaciones contables. |
| **REQUISITOS MÍNIMOS** |
| • Cursos de Relaciones Humanas.<br>• Título en Contabilidad y Auditoria<br>• Experiencia mínima 2 años<br>• Contabilidad |

**Elaboración: La Autora**

**Cuadro Nro. 48**

| | |
|---|---|
| **CÓDIGO:** | 005 |
| **TITULO DEL PUESTO:** | Obreros |

| **NATURALEZA DEL TRABAJO** |
|---|
| Manipular con diligencia y cuidado el equipo para el procesamiento de la materia prima. Dar mantenimiento a la misma. |
| **TAREAS TÍPICAS** |
| • Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores<br>• Pesar la cantidad de materia prima a procesar<br>• Controlar el mantenimiento y conservación del equipo.<br>• Operar el equipo bajo su cargo<br>• Evitar desperdicios de materiales. |
| **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE** |
| Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza.<br><br>Permanente concentración mental, física y visual. |
| **REQUISITOS MÍNIMOS** |
| • Título de Bachiller.<br>• Experiencia 1 año<br>• Capacitación en procesos productivos |

**Elaboración:** La Autora

**Cuadro Nro. 49**

| | |
|---|---|
| **CÓDIGO:** | 006 |
| **TITULO DEL PUESTO:** | Vendedor |

| **NATURALEZA DEL TRABAJO** |
|---|
| Venta y facturación del producto. |
| **TAREAS TÍPICAS** |
| • Comunicar al cliente de las características del producto.<br>• Informar sobre las promociones que ofrece la empresa.<br>• Mantener buenas relaciones interpersonales con los clientes.<br>• Facturar el producto.<br>• Entregar el producto a tiempo<br>• Presentar informes de ventas<br>• Responsabilidad económica en la facturación del producto.<br>• Entregar información sobre ventas diarias y reportes de entrega. |
| **CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE** |
| • Cumplir metas de venta<br>• Cuidar el vehículo a su cargo |
| **REQUISITOS MÍNIMOS** |
| • Título de Bachiller.<br>• Experiencia 1 año<br>• Experiencia en ventas<br>• Licencia Chofer profesional<br>• Conocimientos en mecánica automotriz |

**Elaboración:** La Autora

**Nota:** El vendedor tendrá a su cargo el vehículo de la empresa cumpliendo su función como chofer-vendedor.

## 4. ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se determina cual será la inversión y el financiamiento necesario para la inversión, se lo realiza en base a los requerimientos de recursos humanos, materiales y físicos necesarios, con ello cubrir la capacidad instalada del proyecto a lo largo de la vida útil de la empresa**.**

A continuación se describen los activos, mismos que son los que el proyecto tendrá para su inversión:

- Activos Fijos
- Activos Diferidos
- Activo Circulante

### ACTIVOS FIJOS

Lo componen los bienes de propiedad de la empresa los cuales son necesarios para su proceso productivo:

Los bienes de propiedad de la empresa son: Maquinaria, vehículo, herramientas, adecuaciones e instalaciones etc.

**Cuadro Nro.50**

| ACTIVOS FIJOS | | |
|---|---|---|
| **DETALLE** | **VALOR** | |
| Maquinaria | $ | 6.180,00 |
| Herramientas | $ | 521,00 |
| Vehículo | $ | 15.000,00 |
| Equipo de Computo | $ | 2.563,00 |
| Muebles y Enseres | $ | 795,00 |
| Equipos de Oficina | $ | 100,00 |
| **Total** | **$** | **25.159,00** |

**Fuente:** Anexos A6, A9, A 22, A 16,A 14, A 15
**Elaboración:** La autora

## ACTIVOS DIFERIDOS

Están constituidos por los valores de los servicios o derechos adquiridos para el funcionamiento del proyecto, son susceptibles de amortización:

**ACTIVO DIFERIDO**
**Cuadro Nro.51**

| DETALLE | VALOR | |
|---|---|---|
| Elaboración del proyecto | $ | 800,00 |
| Abogado | $ | 100,00 |
| Permiso de funcionamiento | $ | 250,00 |
| Patente | $ | 350,00 |
| Registro Sanitario | $ | 200,00 |
| Adecuaciones e instalaciones | $ | 1.120,00 |
| Imprevistos | $ | 141,00 |
| **Total** | **$** | **2.961,00** |

**Elaboración:** La autora

## ACTIVO CIRCULANTE

Son los que debe realizarse al iniciar el funcionamiento de las instalaciones o inicio de las operaciones hasta que alcance un funcionamiento adecuado durante un ciclo productivo para una capacidad y tamaño determinado.

**ACTIVO CIRCULANTE**
**Cuadro Nro.52**

| COSTO PRIMER MES | | |
|---|---|---|
| **DETALLE** | **VALOR** | |
| Materia Prima Directa | $ | 2.770,85 |
| Materia Prima Indirecta | $ | 1.508,08 |
| Mano de Obra Directa | $ | 1.026,63 |
| Servicios Básicos | $ | 62,90 |
| Arriendo Local | $ | 400,00 |
| Suministros de trabajo | $ | 63,00 |
| Sueldos Administrativos | $ | 1.736,88 |
| Servicios básicos administración | $ | 164,12 |
| Publicidad y Propaganda | $ | 150,00 |
| Útiles de oficia | $ | 142,80 |
| Mantenimiento Maquinaria y Equipo | $ | 25,00 |
| Materiales de limpieza y aseo | $ | 29,60 |
| Mantenimiento Vehículo | $ | 300,00 |
| Sueldos Ventas | $ | 6.215,62 |
| **TOTAL** | **$** | **14.595,48** |

**Fuente:** Anexos A 3, A 4, A 5, A 7, A 8, A 10, A 11 A 12,A 13,A 18, A 19, A 20, A 23.
**Elaboración:** La autora

## INVERSIÓN

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto.

**Cuadro Nro. 53**

| TOTAL DE INVERSIÓN | |
|---|---|
| **DETALLE** | **VALOR** |
| Activo Fijo | $ 25.159,00 |
| Activo Circulante | $ 14.595,48 |
| Activo Diferido | $ 2.961,00 |
| **Total de Inversión** | **$ 42.715,48** |

**Fuente:** Cuadro 48, 49, 50
**Elaboración:** La autora

## FINANCIAMIENTO DE LA INVERSÓN

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento:

**Cuadro Nro. 54**

| FINANCIAMIENTO | | |
|---|---|---|
| **DETALLE** | **VALOR** | **PORCENTAJE** |
| Capital Propio | $ 27.715,48 | 65% |
| Capital Externo | $ 15.000,00 | 35% |
| **Total** | **$ 42.715,48** | **100%** |

**Fuente: C**uadro 51
**Elaboración:** La autora

A. **Fuentes Internas**: La fuentes internas del proyecto constituyen el 65% correspondiente a $27.701,48 el cual será financiado por el aporte de los socios.

**B. Fuentes externas:** Se solicitará un crédito al Banco de Loja por un valor de $15.000,00 al 11% anual con pagos semestrales, constituye el 35% del financiamiento.

**AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO**

**Cuadro Nro. 55**

| TABLA DE AMORTIZACION | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **PAGOS SEMESTRALES** | **CAPITAL AMORTIZADO** | **INTERESES** | **DIVIDENDOS** | **SALDO** |
| 0 | | | | $ 15.000,00 |
| 1 | $ 1.500,00 | $ 825,00 | $ 2.325,00 | $ 13.500,00 |
| 2 | $ 1.500,00 | $ 742,50 | $ 2.242,50 | $ 12.000,00 |
| 3 | $ 1.500,00 | $ 660,00 | $ 2.160,00 | $ 10.500,00 |
| 4 | $ 1.500,00 | $ 577,50 | $ 2.077,50 | $ 9.000,00 |
| 5 | $ 1.500,00 | $ 495,00 | $ 1.995,00 | $ 7.500,00 |
| 6 | $ 1.500,00 | $ 412,50 | $ 1.912,50 | $ 6.000,00 |
| 7 | $ 1.500,00 | $ 330,00 | $ 1.830,00 | $ 4.500,00 |
| 8 | $ 1.500,00 | $ 247,50 | $ 1.747,50 | $ 3.000,00 |
| 9 | $ 1.500,00 | $ 165,00 | $ 1.665,00 | $ 1.500,00 |
| 10 | $ 1.500,00 | $ 82,50 | $ 1.582,50 | $ 0,00 |

**Elaboración:** La autora

- **CAPITAL:** $ 15,000,00
- **INTERÉS:** 11%
- **TIEMPO:** 5 AÑOS
- **PAGO:** SEMESTRAL

# PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

## PRESUPUESTO DE EGRESOS

Los egresos son todos los desembolsos de dinero durante un ejercicio económico, intervienen en la rentabilidad del proyecto.

El siguiente cuadro se muestra el presupuesto general proyectado para los 5 años de vida útil del proyecto.

# PRESUPUESTO GENERAL PROYECTADO

## Cuadro Nro.56

| DETALLE | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|---|
| **COSTO PRIMO** | | | | | |
| **Materia Prima Directa** | $ 33.250,17 | $ 34.078,10 | $ 34.926,64 | $ 35.796,32 | $ 36.687,65 |
| **Mano de Obra Directa** | $ 12.319,58 | $ 12.903,78 | $ 13.105,08 | $ 13.309,52 | $ 13.517,15 |
| **Total costo primo** | **$ 45.569,75** | **$ 46.981,88** | **$ 48.031,73** | **$ 49.105,84** | **$ 50.204,80** |
| **COSTO DE PRODUCCIÓN** | | | | | |
| **Materiales Indirectos** | $ 18.096,92 | $ 18.547,53 | $ 19.009,36 | $ 19.482,70 | $ 19.967,82 |
| **Depreciación de maquinaria** | $ 556,20 | $ 556,20 | $ 556,20 | $ 556,20 | $ 556,20 |
| **Depreciación Herramientas** | $ 46,89 | $ 46,89 | $ 46,89 | $ 46,89 | $ 46,89 |
| **Suministros de Trabajo** | $ 756,00 | $ 774,82 | $ 794,12 | $ 813,89 | $ 834,16 |
| **Mantenimiento de Maquinaria y Equipo** | $ 300,00 | $ 307,47 | $ 315,13 | $ 322,97 | $ 331,01 |
| **Servicios Básicos** | $ 754,80 | $ 773,59 | $ 792,86 | $ 812,60 | $ 832,83 |
| **Total costo de fabricación** | **$ 20.510,81** | **$ 21.006,51** | **$ 21.514,55** | **$ 22.035,25** | **$ 22.568,91** |
| **TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN** | **$ 66.080,55** | **$ 67.988,39** | **$ 69.546,28** | **$ 71.141,09** | **$ 72.773,71** |
| **GASTOS DE OPERACIÓN** | | | | | |
| **ADMINISTRATIVOS** | | | | | |
| **Sueldos Administrativos** | $ 20.842,58 | $ 21.675,52 | $ 22.013,66 | $ 22.357,07 | $ 22.705,84 |
| **Depreciación equipos de computación** | $ 158,90 | $ 158,90 | $ 158,90 | $ 410,69 | $ 410,69 |
| **Depreciación de muebles** | $ 71,55 | $ 71,55 | $ 71,55 | $ 71,55 | $ 71,55 |
| **Depreciación equipos de oficina** | $ 9,00 | $ 9,00 | $ 9,00 | $ 9,00 | $ 9,00 |
| **Útiles de Oficina** | $ 943,20 | $ 966,69 | $ 990,76 | $ 1.015,43 | $ 1.040,71 |
| **Servicios Básicos Gastos Administrativos** | $ 1.969,44 | $ 2.018,48 | $ 2.068,74 | $ 2.120,25 | $ 2.173,05 |
| **Materiales de limpieza** | $ 185,80 | $ 190,43 | $ 195,17 | $ 200,03 | $ 205,01 |
| **Arriendo de local** | $ 4.800,00 | $ 4.919,52 | $ 5.042,02 | $ 5.167,56 | $ 5.296,23 |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Total gastos administrativos** | **$ 28.980,46** | **$ 30.010,08** | **$ 30.549,78** | **$ 31.351,58** | **$ 31.912,08** |
| **GASTOS DE VENTAS** | | | | | |
| **Sueldos Ventas** | $ 6.215,62 | $ 6.708,67 | $ 6.813,32 | $ 6.919,61 | $ 7.027,56 |
| **Depreciación de Vehículo** | $ 2.400,00 | $ 2.400,00 | $ 2.400,00 | $ 2.400,00 | $ 2.400,00 |
| **Mantenimiento de vehículo** | $ 300,00 | $ 307,47 | $ 315,13 | $ 322,97 | $ 331,01 |
| **Publicidad y Propaganda** | $ 1.800,00 | $ 1.844,82 | $ 1.890,76 | $ 1.937,84 | $ 1.986,09 |
| **Total gastos de ventas** | **$ 10.715,62** | **$ 11.260,96** | **$ 11.419,20** | **$ 11.580,42** | **$ 11.744,66** |
| **FINANCIEROS** | | | | | |
| **Intereses por préstamo** | $ 1.567,50 | $ 1.237,50 | $ 907,50 | $ 577,50 | $ 247,50 |
| **Total gastos financieros** | **$ 1.567,50** | **$ 1.237,50** | **$ 907,50** | **$ 577,50** | **$ 247,50** |
| **Otros gastos** | | | | | |
| **Amortización Activos diferidos** | $ 592,20 | $ 592,20 | $ 592,20 | $ 592,20 | $ 592,20 |
| **Total otros gastos** | **$ 592,20** | **$ 592,20** | **$ 592,20** | **$ 592,20** | **$ 592,20** |
| **TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN** | **$ 41.855,78** | **$ 43.100,74** | **$ 43.468,69** | **$ 44.101,69** | **$ 44.496,44** |
| **TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN** | **$ 107.936,34** | **$ 111.089,13** | **$ 113.014,97** | **$ 115.242,78** | **$ 117.270,14** |

**Fuente:** Cuadros 48, 49, 50

**Elaboración:** La autora

**INGRESOS TOTALES**

Los ingresos se alcanzan por la venta de bienes y servicios que produce el proyecto, en el presente caso por la venta de mermelada de verduras.

En el siguiente cuadro se presenta los costos unitarios de fabricación mismos que resultan de la siguiente formula:

**COSTO UNITARIO**= COSTO TOTAL / UNIDADES PRODUCIDAS

**Cuadro Nro.57**

| AÑOS | COSTO TOTAL | UNIDADES PRODUCIDAS | COSTO UNITARIO DE FABRICACIÓN |
|---|---|---|---|
| 1 | $ 107.936,34 | 72.388 | $ 1,49 |
| 2 | $ 111.089,13 | 72.388 | $ 1,53 |
| 3 | $ 113.014,97 | 72.388 | $ 1,56 |
| 4 | $ 115.242,78 | 72.388 | $ 1,59 |
| 5 | $ 117.270,14 | 72.388 | $ 1,62 |

**Fuente:** Cuadro 37,56
**Elaboración:** La autora

Para la obtención del precio de venta utilizamos la siguiente fórmula:
**PVP:** CUF * % PORCENTAJE DE UTILIDAD

**Cuadro Nro.58**

| AÑOS | PRECIO DE VENTA | PORCENTAJE DE UTILIDAD | PRECIO DE VENTA |
|---|---|---|---|
| 1 | $ 1,49 | 34% | $ 2,00 |
| 2 | $ 1,53 | 30% | $ 2,00 |
| 3 | $ 1,56 | 28% | $ 2,00 |
| 4 | $ 1,59 | 25% | $ 2,00 |
| 5 | $ 1,62 | 23% | $ 2,00 |

**Fuente:** Cuadro 57.
**Elaboración:** La autora

**INGRESOS TOTALES:** UNIDADES PRODUCIDAS * PRECIO DE VENTA

**Cuadro Nro.59**

| AÑOS | UNIDADES PRODUCIDAS | PRECIO DE VENTA | TOTAL INGRESOS |
|---|---|---|---|
| 1 | 72.387 | $ 2,00 | $ 144.634,69 |
| 2 | 72.387 | $ 2,00 | $ 144.415,86 |
| 3 | 72.387 | $ 2,00 | $ 144.659,16 |
| 4 | 72.387 | $ 2,00 | $ 144.514,45 |
| 5 | 72.387 | $ 2,00 | $ 144.476,81 |

**Fuente:** Cuadro 37 y 58
**Elaboración:** La autora

**ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS**

Documento contable en donde se evidencian todos los resultados obtenidos de un ejercicio económico, también llamado estado de resultados muestra la utilidad o pérdida.

Los INGRESOS están constituidos por las ventas de la empresa.

Los EGRESOS se obtiene de la sumatoria del Costo primo, Gastos de producción, Gastos de operación y Gastos financieros.

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

### Cuadro Nro.60

| ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS | PRIMER AÑO | SEGUNDO AÑO | TERCER AÑO | CUARTO AÑO | QUINTO AÑO |
|---|---|---|---|---|---|
| ***INGRESO POR VENTAS*** | | | | | |
| **Ventas** | $ 144.634,69 | $ 144.415,86 | $ 144.659,16 | $ 144.514,45 | 144476,81 |
| **TOTAL INGRESOS** | **$ 144.634,69** | **$ 144.415,86** | **$ 144.659,16** | **$ 144.514,45** | **144476,81** |
| **Egresos** | | | | | |
| **COSTOS DE PRODUCCIÓN (-)** | $ 66.080,55 | $ 67.988,39 | $ 69.546,28 | $ 71.141,09 | 72.773,71 |
| **COSTOS DE OPERACIÓN (-)** | $ 41.855,78 | $ 43.100,74 | $ 43.468,69 | $ 44.101,69 | $ 44.496,44 |
| **TOTAL EGRESOS** | **$ 107.936,34** | **$ 111.089,13** | **$ 113.014,97** | **$ 115.242,78** | **117.270,14** |
| **UTILIDAD OPERACIONAL** | $ 36.698,35 | $ 33.326,74 | $ 31.644,19 | $ 29.271,67 | $ 27.206,67 |
| **15% UTILIDAD A TRABAJADORES** | $ 5.504,75 | $ 4.999,01 | $ 4.746,63 | $ 4.390,75 | 4.081,00 |
| **UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA** | $ 31.193,60 | $ 28.327,73 | $ 26.897,56 | $ 24.880,92 | 23.125,67 |
| **25% IMPUESTO RENTA** | $ 7.798,40 | $ 7.081,93 | $ 6.724,39 | $ 6.220,23 | 5.781,42 |
| **UTILIDAD ANTES DE RESERVA LEGAL** | $ 23.395,20 | $ 21.245,80 | $ 20.173,17 | $ 18.660,69 | 17.344,25 |
| **10% RESERVA LEGAL** | $ 2.339,52 | $ 2.124,58 | $ 2.017,32 | $ 1.866,07 | 1.734,43 |
| **UTILIDAD LÍQUIDA** | **$ 21.055,68** | **$ 19.121,22** | **$ 18.155,85** | **$ 16.794,62** | **15.609,83** |

**Fuente:** Cuadros 56 y 59.
**Elaboración:** La autora

## 5. EVALUACIÓN FINANCIERA

El objetivo de la Evaluación Financiera, es determinar el mérito de un proyecto, estimándose como tal el grado o nivel de utilidad que obtiene el empresario privado como premio al riesgo de utilizar su capital y su capacidad empresarial en la implementación de un proyecto.

### PUNTO DE EQUILIBRIO

Es aquel punto de actividad en donde los ingresos son iguales a los costos, es decir, un balance entre ingresos y egresos denominado por algunos autores como punto muerto, porque en él no hay ni pérdidas ni ganancias.

Para realizar este cálculo es preciso clasificar los costos fijos y variables para los años 1 y 5 que es la vida útil del proyecto.

**COSTOS FIJOS.-** Aquellos que se mantienen constantes independientemente del nivel de producción de la empresa.

**COSTOS VARIABLES.-** Son aquellos que varían de acuerdo al volumen de producción de la empresa.

A continuación se muestra el cuadro de clasificación de los costos:

## COSTOS FIJOS Y VARIABLES AÑO 1 Y 5

**Cuadro Nro.61**

| | AÑO 1 | | AÑO 5 | |
|---|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **COSTO FIJO** | **COSTO VARIABLE** | **COSTO FJJO** | **COSTO VARIABLE** |
| **COSTO PRIMO** | | | | |
| **Materia Prima Directa** | | $ 33.250,17 | | $ 36.687,65 |
| **Mano de Obra Directa** | | $ 12.319,58 | | $ 13.517,15 |
| **Total costo primo** | | **$ 45.569,75** | | **$ 50.204,80** |
| **COSTO DE PRODUCCIÓN** | | | | |
| **Materiales Indirectos** | | $ 18.096,92 | | $ 19.967,82 |
| **Depreciación de maquinaria** | $ 556,20 | | $ 556,20 | |
| **Depreciación Herramientas** | $ 46,89 | | $ 46,89 | |
| **Suministros de Trabajo** | $ 756,00 | | $ 834,16 | |
| **Mantenimiento de Maquinaria y Equipo** | $ 300,00 | | $ 331,01 | |
| **Servicios Básicos** | $ 754,80 | | $ 832,83 | |
| **Total costo de fabricación** | **$ 2.413,89** | **$ 63.666,66** | **$ 2.601,09** | **$ 70.172,61** |
| **TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN** | **$ 66.080,55** | | **$ 72.773,71** | |
| **GASTOS DE OPERACIÓN** | | | | |
| **ADMINISTRATIVOS** | | | | |
| **Sueldos Administrativos** | $ 20.842,58 | | $ 22.705,84 | |
| **Depreciación equipos de computación** | $ 158,90 | | $ 410,69 | |
| **Depreciación de muebles** | $ 71,55 | | $ 71,55 | |
| **Depreciación equipos de oficina** | $ 9,00 | | $ 9,00 | |
| **Servicios Básicos Gastos Administrativos** | $ 1.969,44 | | $ 2.173,05 | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **Útiles de Oficina** | $ 943,20 | | $ 1.040,71 | |
| **Materiales de limpieza** | $ 185,80 | | $ 205,01 | |
| **Arriendo Local** | $ 4.800,00 | | $ 5.296,23 | |
| **Total gastos administrativos** | **$ 28.980,46** | | **$ 31.912,08** | |
| **GASTOS DE VENTAS** | | | | |
| **Sueldos Ventas** | $ 6.215,62 | | $ 7.027,56 | |
| **Depreciación de Vehículo** | $ 2.400,00 | | $ 2.400,00 | |
| **Mantenimiento de vehículo** | $ 300,00 | | $ 331,01 | |
| **Publicidad y Propaganda** | $ 1.800,00 | | $ 1.986,09 | |
| **Total gastos de ventas** | **$ 10.715,62** | | **$ 11.744,66** | |
| **FINANCIEROS** | | | | |
| **Intereses por préstamo** | $ 1.567,50 | | $ 247,50 | |
| **Total gastos financieros** | **$ 1.567,50** | | **$ 247,50** | |
| **Otros gastos** | | | | |
| **Amortización Activos diferidos** | $ 592,20 | | $ 592,20 | |
| **Total otros gastos** | **$ 592,20** | | **$ 592,20** | |
| **TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN** | **$ 41.855,78** | | **$ 44.496,44** | |
| **TOTAL COSTOS FIJOS Y VARIABLES** | **$ 44.269,67** | **$ 63.666,66** | **$ 47.097,53** | **$ 70.172,61** |
| **TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN** | **$ 107.936,34** | | **$ 117.270,14** | |

**Fuente:** Cuadro 56
**Elaboración:** La autora

## PUNTO DE EQUILIBRIO

## AÑO 1

### PE: EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD

$$\text{P.Eq. Capacidad} = \frac{Costos\ Fijos}{Ventas - Costo\ Variable} \times 100$$

$$\text{P.Eq. Capacidad} = \frac{44.269{,}64}{144.634{,}69 - 63.666{,}66} \times 100$$

$$\boxed{\text{P.Eq. Capacidad} = \mathbf{54{,}68}\%}$$

### PE: EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS

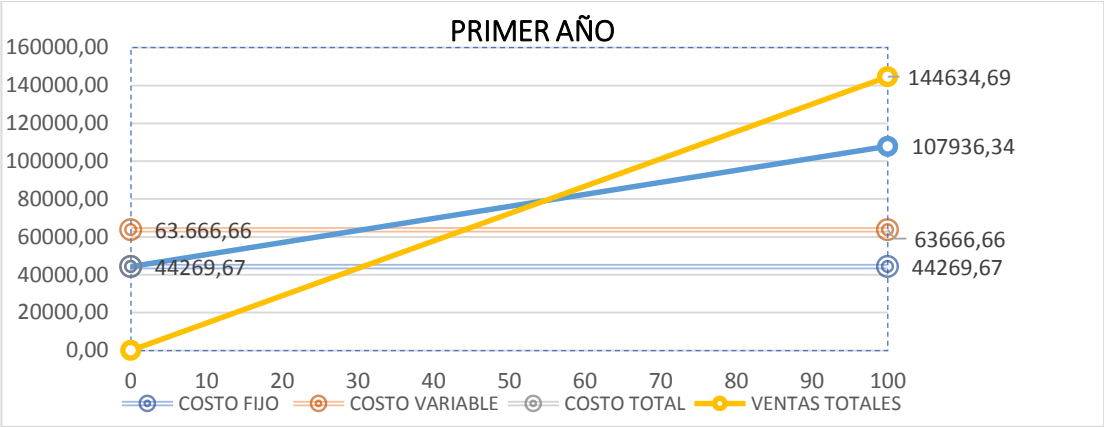
$$\text{P.Eq. Ingresos} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1 - (COSTO\ VARIABLE / VENTAS)}$$

$$\text{P.Eq. Ingresos} = \frac{44.269{,}64}{1 - (\frac{63.666.66}{144.634{,}69})}$$

$$\boxed{\text{P.Eq. Ingresos} = 79.079{,}74}$$

El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 54,68% y con un ingreso en las ventas de $79.079,74 en este punto la empresa no gana ni pierde.

**Gráfico Nro.48**




## PUNTO DE EQUILIBRIO AÑO 5

## PE: EN FUNCIÓN DE LA CAPACIDAD

$$\text{P.Eq. Capacidad} = \frac{Costos\ Fijos}{Ventas - Costo\ Variable} \times 100$$

$$\text{P.Eq. Capacidad} = \frac{47097{,}53}{144476{,}81 - 70172{,}61} \times 100$$

$$\boxed{\text{P.Eq. Capacidad} = \mathbf{63{,}38\%}}$$

**PE: EN FUNCIÓN DE LOS INGRESOS**

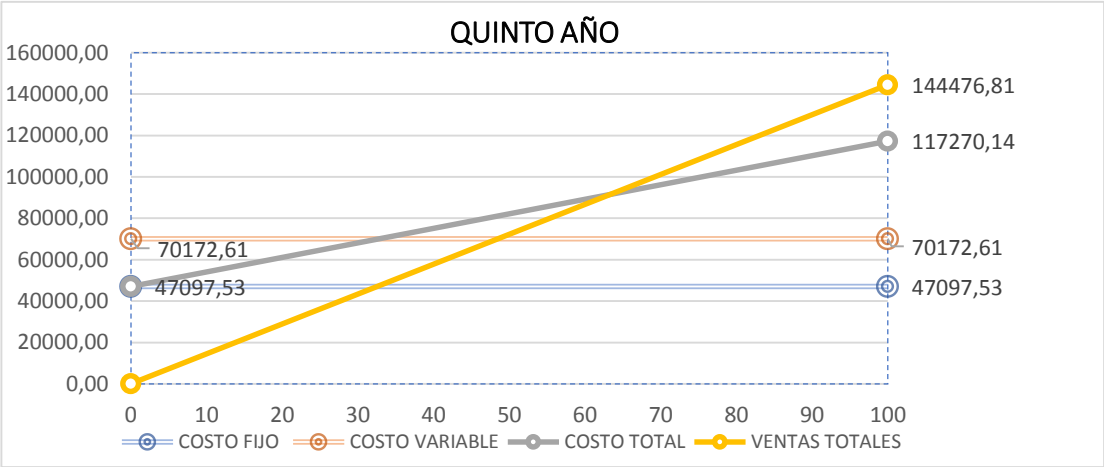
$$\text{P.Eq. Ingresos} = \frac{\text{COSTO FIJO}}{1-(COSTO\ VARIABLE/VENTAS)}$$

$$\text{P.Eq. Ingresos} = \frac{47097.53}{1-(70172{,}61/144476{,}81)}$$

$$\boxed{\text{P.Eq. Ingresos} = 91576{,}26}$$

El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 63,38% y con un ingreso en las ventas de $91.576,26 en este punto la empresa no gana ni pierde.

**Gráfico Nro. 49**



## FLUJO DE CAJA

Los Flujos de Caja se evalúan en lugar de utilizar figuras contables en razón de que no son éstos los que afectan a la capacidad de la empresa para pagar cuentas o compras de activos. El Flujo de Caja se encuentra demostrado en el **cuadro Nro. 62** en el que se comparan los ingresos con los egresos, se lo proyecto desde el año 1 al 5.

| DENOMINACIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **INGRESOS** | | | | | | |
| Ventas | | $ 144.634,69 | $ 144.415,86 | $ 144.659,16 | $ 144.514,45 | $ 144.476,81 |
| Crédito Banco de Loja | $ 15.000,00 | | | | | |
| Capital propio | $ 27.715,48 | | | | | |
| Valor Residual | | | | $ 238,31 | | $ 4.900,54 |
| Total de ingresos | **$ 42.715,48** | **$ 144.634,69** | **$ 144.415,86** | **$ 144.897,47** | **$ 144.514,45** | **$ 149.377,35** |
| **EGRESOS** | | | | | | |
| Activo Fijo | $ 25.159,00 | | | | | |
| Activo Diferido | $ 2.961,00 | | | | | |
| Activo Circulante | $ 14.595,48 | | | | | |
| Costo Producción | | $ 66.080,55 | $ 67.988,39 | $ 69.546,28 | $ 71.141,09 | $ 72.773,71 |
| Costo de operación | | $ 41.855,78 | $ 43.100,74 | $ 43.468,69 | $ 44.101,69 | $ 44.496,44 |
| Amortización de Capital | | $ 3.000,00 | $ 3.000,00 | $ 3.000,00 | $ 3.000,00 | $ 3.000,00 |
| 15% Utilidad a los trabajadores | | $ 5.504,75 | $ 4.999,01 | $ 4.746,63 | $ 4.390,75 | $ 4.081,00 |
| 25% Impuesto a la Renta | | $ 7.798,40 | $ 7.081,93 | $ 6.724,39 | $ 6.220,23 | $ 5.781,42 |
| Reinversión Equipo de cómputo | | | | | $ 1.848,00 | |
| Total de egresos | $ 42.715,48 | $ 124.239,49 | $ 126.170,07 | $ 127.485,99 | $ 130.701,76 | $ 130.132,56 |
| FLUJO DE CAJA | | $ 20.395,20 | $ 18.245,80 | $ 17.411,48 | $ 13.812,69 | $ 19.244,79 |
| Amort. A.D - | | $ 592,20 | $ 592,20 | $ 592,20 | $ 592,20 | $ 592,20 |
| Depreciación - | | $ 3.242,54 | $ 3.242,54 | $ 3.242,54 | $ 3.494,33 | $ 3.494,33 |
| **FLUJO DE CAJA NETO** | **0,00** | **$ 24.229,94** | **$ 22.080,53** | **$ 21.246,22** | **$ 17.899,21** | **$ 23.331,32** |

**Fuente:** Cuadros 50, 51, 56
**Elaboración:** La autora

## Valor Actual Neto

EL Valor actual neto (VAN) consiste en la actualización de costos e ingresos, para conocer si obtendremos ganancia o pérdida del proyecto.

Se trae los flujos netos al momento presente actualizándolos a una tasa de interés determinada en este caso es el 11%. En este caso el Van es positivo lo cual indica que el proyecto es rentable.

Se base en los siguientes criterios de decisión:

- VAN > 0 → el proyecto es rentable.
- VAN = 0 → el proyecto es rentable también, porque ya está incorporado ganancia de la TD.
- VAN < 0 → el proyecto no es rentable.

**Cuadro Nro. 63**

| AÑOS | FLUJO NETO | FACTOR ACT. | VALOR ACTUALIZADO |
|---|---|---|---|
| | | 11% | |
| 0 | $ 42.715,48 | | |
| 1 | $ 24.229,94 | 0,900901 | $ 21.828,77 |
| 2 | $ 22.080,53 | 0,811622 | $ 17.921,06 |
| 3 | $ 21.246,22 | 0,731191 | $ 15.535,05 |
| 4 | $ 17.899,21 | 0,658731 | $ 11.790,77 |
| 5 | $ 23.331,32 | 0,593451 | $ 13.846,00 |
| | | **SUMA** | $ 80.921,65 |
| | | | $ 42.715,48 |
| | | | **$ 38.206,17** |

**Fuente:** Cuadro 62
**Elaboración:** La autora

**FA= 1/(1+i)n**

**VAN= SFNA-VALOR INICIAL**

**VAN=**80.921,65 – 42.715.48

**VAN=**38.206,17

Esto indica que el proyecto es viable el van del proyecto es de 38.206,17 dólares.

## PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

En el siguiente cuadro se demuestra el tiempo requerido para que nuestra empresa recupere la inversión inicial de capital. El período de recuperación consiste en el número de años requeridos para recobrar la inversión inicial.

**Cuadro Nro. 64**

| AÑOS | INVERSIÓN | FLUJO DE CAJA | |
|---|---|---|---|
| 0 | 42715,48 | | **Suma 2 años** |
| 1 | | $ 24.229,94 | 46.310,47 |
| 2 | | $ 22.080,53 | |
| 3 | | $ 21.246,22 | |
| 4 | | $ 17.899,21 | |
| 5 | | $ 23.331,32 | |

**Fuente:** Cuadro 51 y 62
**Elaboración:** La autora

En el cuadro se muestra la inversión y el flujo de caja, se suman los años que superan la inversión en este caso es el segundo año.

**PRC=**$\boldsymbol{Año\ Sup.\ de\ inversión}$ $\left(\frac{\boldsymbol{\Sigma\ Flujo\ de\ Caja - Inversiòn}}{\boldsymbol{Flujo\ del\ ultimo\ Año}}\right)$

**PRC=** $2 + \frac{42715{,}48 - 46310{,}47}{21.246{,}22}$

**PRC=** $2 + \frac{-3594{,}99}{21.246{,}22}$

**PRC=** $2 + -0{,}16921$

**PRC=** 1,83

| | | |
|---|---|---|
| 1= | 1 | años |
| 0,83*12= | 9 | meses |
| 0,96*30 días = | 29 | días |

**PRC=** 1 año,9 meses y 29 días

## TASA INTERNA DE RETORNO

También conocida como la tasa de rentabilidad, si la Tasa Interna de Retorno es mayor que la tasa de descuento, el proyecto se debe aceptar pues estima un rendimiento mayor al mínimo requerido, siempre y cuando se reinviertan los flujos netos de efectivo. Por el contrario, si la Tasa Interna de Retorno es menor que la tasa de descuento, el proyecto se debe rechazar pues estima un rendimiento menor al mínimo requerido. La TIR del proyecto es de 51,08%.

**Cuadro Nro. 65**

| AÑOS | FLUJO NETO | FAC tm % | VAN tm | FAC tm % | VAN tm |
|---|---|---|---|---|---|
| 0 | $ 42.715,48 | 43,00% | | 44,0% | |
| 1 | $ 24.229,94 | 0,6993010 | $ 16.944,02 | 0,6944440 | $ 16.826,33 |
| 2 | $ 22.080,53 | 0,48902100 | $ 10.797,84 | 0,4822530 | $ 10.648,40 |
| 3 | $ 21.246,22 | 0,3419730 | $ 7.265,63 | 0,3348980 | $ 7.115,32 |
| 4 | $ 17.899,21 | 0,2391420 | $ 4.280,45 | 0,2325680 | $ 4.162,78 |
| 5 | $ 23.331,32 | 0,1672320 | $ 3.901,74 | 0,1615060 | $ 3.768,15 |
| | | **∑ VAN** | $ 43.189,69 | **∑ VAN** | $ 42.520,99 |
| | | **Inversión** | $ 42.715,48 | **Inversión** | $ 42.715,48 |
| | | **VAN total** | $ 474,22 | **VAN total** | -$ 194,49 |

**Elaboración:** La Autora
**Fuente:** Cuadro 62

$$\text{TIR} = Tm + Dt\left(\frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}\right)$$

$$\text{TIR} = 43 + 1\left(\frac{474{,}22}{474{,}22-(-194{,}49)}\right)$$

$$\text{TIR} = 43 + 1\left(\frac{474{,}22}{194{,}49}\right)$$

$$\text{TIR} = 43{,}71\%$$

## RELACIÓN BENEFICIO COSTO

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

Si el resultado es mayor que 1, significa que los ingresos son superiores a los egresos. En otras palabras, los beneficios (ingresos) son mayores a los desembolsos (egresos). Si el proyecto genera rentabilidad con seguridad traerá consigo un beneficio social.

Si el resultado es igual a 1, los beneficios igualan a los egresos sin generar riqueza alguna. Por tal razón sería indiferente ejecutar o no el proyecto.

**Cuadro Nro. 66**

| COSTOS | | | INGRESOS | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **COSTO** | **FAC ACT** | **COSTO ACT** | **INGRESOS** | **FACT ACT** | **INGRESOS ACT** |
| | **11%** | | | **11%** | |
| $ 107.936,34 | 0,900901 | $ 97.239,95 | $ 144.634,69 | 0,900901 | $ 130.301,54 |
| $ 111.089,13 | 0,811622 | $ 90.162,38 | $ 144.415,86 | 0,811622 | $ 117.211,09 |
| $ 113.014,97 | 0,731191 | $ 82.635,53 | $ 144.659,16 | 0,731191 | $ 105.773,48 |
| $ 115.242,78 | 0,658731 | $ 75.913,99 | $ 144.514,45 | 0,658731 | $ 95.196,15 |
| $ 117.270,14 | 0,593451 | $ 69.594,08 | $ 144.476,81 | 0,593451 | $ 85.739,91 |
| | **TOTAL CACT** | **$ 415.545,94** | | **TOTAL INACT** | **$ 534.222,16** |

**Elaboración:** La Autora
**Fuente:** Cuadro 56y 59.

$$\frac{\textbf{INGRESOS ACTUALIZADOS}}{\textbf{COSTOS ACTUALIZADOS}} \quad \textbf{-1}$$

$$\frac{534.222,16}{415.545,94} \quad -1$$

0,29

Los ingresos son mayores a los egresos, significa que por cada dólar invertido se recibirá 0.29 centavos de utilidad.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, como es el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

El análisis de sensibilidad es la interpretación dada a la incertidumbre en lo que respecta a la posibilidad de implantar un proyecto, debido a que no se conocen las condiciones que se espera en el futuro.

Para la toma de decisiones debe tomarse en cuenta lo siguiente:

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es mayor que uno el proyecto es sensible.

- Cuando el coeficiente de sensibilidad es igual a uno el proyecto no sufre ningún efecto.
- Cuando el coeficiente de sensibilidad es menor que uno el proyecto no es sensible.

Como resultado al cálculo del análisis de sensibilidad indica que el proyecto no es sensible a los cambios tanto para el incremento en los costos como para la disminución en ingresos.

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 13,54% EN LOS COSTOS
## Cuadro Nro. 67

| AÑOS | COSTO TOTAL ORIGINAL | COSTO TOTAL INCREMENTADO | INGRESO ORIGINAL | ACTUALIZACIÓN | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | FLUJO NETO | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL |
| | | 13,54% | | | 30,00% | | 31,00% | |
| 0 | | | | | | $ 42.715,48 | | $ 42.715,48 |
| 1 | $ 107.936,34 | $ 122.550,91 | $ 144.634,69 | $ 22.083,77 | 0,76923 | $ 16.987,52 | 0,76336 | $ 16.857,84 |
| 2 | $ 111.089,13 | $ 126.130,59 | $ 144.415,86 | $ 18.285,27 | 0,59172 | $ 10.819,69 | 0,58272 | $ 10.655,13 |
| 3 | $ 113.014,97 | $ 128.317,20 | $ 144.659,16 | $ 16.341,96 | 0,45517 | $ 7.438,31 | 0,44482 | $ 7.269,26 |
| 4 | $ 115.242,78 | $ 130.846,65 | $ 144.514,45 | $ 13.667,79 | 0,35013 | $ 4.785,47 | 0,33956 | $ 4.641,02 |
| 5 | $ 117.270,14 | $ 133.148,52 | $ 144.476,81 | $ 11.328,30 | 0,26933 | $ 3.051,04 | 0,25921 | $ 2.936,35 |
| | | | | | TOTAL | $ 366,55 | TOTAL | $ -355,87 |

**Elaboración:** La Autora

$$NTIR = Tm + Dt\left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 25 + 1\left( \frac{366,55}{366,55 - (-355,87)} \right)$$

| NTIR = | 30,51% |
|---|---|

**1) DIFERENCIA DE TIR**

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.= **13,20%**

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **30,20**

**3) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,990**

## ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 10,47 % EN LOS INGRESOS

**Cuadro Nro. 68**

| AÑOS | COSTO TOTAL ORIGINAL | INGRESO DISMINUIDO | INGRESO ORIGINAL | ACTUALIZACIÓN | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | FLUJO NETO | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL | FACTOR ACT. | VALOR ACTUAL |
| | | 10,47% | | | 30,00% | | 31,00% | |
| | | | | | | $ 42.715,48 | | $ 42.715,48 |
| 1 | $ 107.936,34 | $ 129.491,44 | $ 144.634,69 | $ 21.555,10 | 0,7692 | $ 16.580,85 | 0,7634 | $ 16.454,28 |
| 2 | $ 111.089,13 | $ 129.295,52 | $ 144.415,86 | $ 18.206,40 | 0,5917 | $ 10.773,02 | 0,5827 | $ 10.609,17 |
| 3 | $ 113.014,97 | $ 129.513,35 | $ 144.659,16 | $ 16.498,38 | 0,4552 | $ 7.509,50 | 0,4448 | $ 7.338,84 |
| 4 | $ 115.242,78 | $ 129.383,79 | $ 144.514,45 | $ 14.141,00 | 0,3501 | $ 4.951,16 | 0,3396 | $ 4.801,70 |
| 5 | $ 117.270,14 | $ 129.350,09 | $ 144.476,81 | $ 12.079,95 | 0,2693 | $ 3.253,48 | 0,2592 | $ 3.131,18 |
| | | | | | TOTAL | $ 352,53 | TOTAL | $ -380,31 |

**Elaboración:** La autora

$$NTIR = Tm + Dt\left( \frac{VAN_{MENOR}}{VAN_{MENOR} - VAN_{MAYOR}} \right)$$

$$NTIR = 25 + 1\left( \frac{352,53}{352,53 - (-380,31)} \right)$$

NTIR = 30,48%

**1) DIFERENCIA DE TIR**

Dif.Tir. = Tir proy. - Nueva Tir

Dif.Tir.=**13,23%**

**2) PORCENTAJE DE VARIACIÓN**

% Var. = (Dif. Tir / Tir del proy.) *100

% Var. = **30,26**

**3) SENSIBILIDAD**

Sensib. = % Var./ Nueva Tir

Sensibilidad = **0,993**

## h) CONCLUSIONES

Se ha podido concluir que de acuerdo al estudio realizado:

- Se estableció la demanda insatisfecha de 3002,793 gramos, así como también los canales de distribución se utilizarán dos rutas: directa (productor-consumidor) e indirecta (productor-intermediario-consumidor), en cuanto a la comercialización del producto se venderá en frascos de plástico de 227 gramos en un valor de $2,00.

- Se determinó el tamaño y localización del proyecto, de acuerdo a la capacidad de producción utilizada de 72.388 unidades de 227gramos, se establecieron los equipos e instalaciones requeridas para la elaboración de mermelada de verduras (remolacha, alfalfa, piña y miel de caña).

- El estudio organizativo determinó la forma de constitución de la empresa, los niveles de la organización graficados en el organigrama estructural, de funciones y posicional, así mismo se realizó el manual de funciones para los 6 puestos.

- Mediante el estudio económico financiero se determinó la viabilidad del proyecto en base a la inversión requerida de 42.715,48 dólares para la ejecución proyecto, así como también el capital interno que

constituye el 65% aporte de los socios y 35% capital externo mismo que será solicitado al Banco de Loja.

- Se pudo desarrollar la evaluación financiera del proyecto mediante ello conocer la rentabilidad y el beneficio económico el cual indica que por cada dólar invertido se obtiene 0,29 centavos de utilidad, la inversión se recuperará en 1 año 9 meses y 29 días. La sensibilidad del proyecto indica que los cambios tanto del 13,54% de incremento en costos y el 10,47% en disminución en ingresos no afectan al proyecto. Estos valores positivos demuestran la factibilidad de producir y comercializar mermelada de verduras (remolacha, alfalfa, piña y miel de caña) en la ciudad de Loja.

- Finalmente se concluye que cada uno de los objetivos planteados en el proyecto de investigación fueron desarrollados en el trabajo.

## i) RECOMENDACIONES

En base al término de la investigación se plantean las siguientes recomendaciones.

- Se recomienda que para la creación de una nueva empresa se lleve a efecto un estudio de factibilidad para conocer la viabilidad y rentabilidad de la inversión.

- Se recomienda llevar a cabo la ejecución del proyecto ya que en base a cada uno de los estudios desarrollados y a los resultados obtenidos el proyecto es rentable económicamente, además puede desplegarse dentro de un mercado amplio y también competir en él.

- Es necesario aprovechar al máximo el uso de las redes sociales que se expusieron en el plan de comercialización con la finalidad de llegar y captar más demandantes de la nueva unidad productiva, detallando en las mismas las características del producto, lugar de venta y su precio.

- Se recomienda considerar la variedad de verduras existentes y poder producir diferentes sabores en mermelada elaborada a base de verduras e innovar el producto con la finalidad de captar la atención del cliente y de la misma manera que esto genere más utilidades para la empresa

## j) BIBLIOGRAFÍA


Amaru, A. C. (2009). *Fundamentos de Administración .* México : Pearson education-Primera edición .

Beraja, I. (2002). *Preparación y Evaluación de Proyectos de inversión .* Costa Rica.

Billene, R. A. (S/A). *Analisisi de Costos .* Mendoza, Argentina: Ediciones Juridicas CUYO.

Bonta, P., & Farber, M. (2005). *Marketing y Publicidad.* Norma.

Bu, R. C. (2005). *Analisis y evaluacion de proyectos de inversion.* Mexico: Limusa.

Castillo, J. R. (2010). *Diseño Organizativo y excelencia empresarial.* Mexico: Pearson.

Castro, A. M., & Castro, J. A. (2009). *Proyectos de inversión .* México: Mc Graw Hill.

Chain, N. S., & Chain, R. S. (2008). Proyectos de inversion. En R. S. Chain, *Proyectos de Inversión* (pág. 55). Bogota, Bogota: Mc Graw Gill.

Cortes, C. L. (2004). *Practica de Mercadotécnia.* Mexico: Mc Graw Hill.

Gomero, H. P. (2006). *Fundamentos tecnicos financieros.* Perú: Fondo Editorial .

Jack, F. (2000). *Negocios Exitosos.* Mc Graw Hill.

Kotler, Amstrong, Camara, Cruz, & hall. (2002). *Fundamentos de Marketing.* Sexta edición.

Laundra, L. y. (2010). *Como conservar frutas y verduras.* DVE ediciones.

Laura, F., & Jorge, E. (2006). *Mercadotecnia.* Tercera Edición Mc Graw Hill.

Macedo, J. J. (2007). *Introducción a la contabilidad .* Mexico : Umbral .

Martinez, M. L. (2006). *Guia para la presentacion de proyectos .* Mexico : Siglo XXI.

Monar, G. (2011). *Proyectos de Inversión .* Riobamba.

Monterroso, H. E. (2007). *Gestión del talento humano .* Guatemala.

Moore, F. (2000). *Administración de la producción.* Mexico: Diana S.s.

Muñoz, P. (2009). *Elaboración y Evaluación de proyectos de inversión .*

Ortega, k. I. (2004). *El libro de las verduras.* Alianza editorial.

Padilla, M. C. (2006). *Formulación y Evaluación de proyectos .* ECOE EDICIONES.

Parra, M. E., López, J. N., Pellata, A., & Puerta, C. (2009). *Estudio Administrativo.* Mexico: Mgraw Gill.

Pasaca, M. E. (2017). *Evaluación y Formulación de proyectos de inversión.* Loja: Graficplus.

Pinós, J. R. (2004). *Analisis de balances .* Madrid : FC editorial.

Sapage Nasir Chain, E. a. (2008). *Preparacion y evaluacion de Proyectos.* Bogota, Colombia: Mc Graw Hill.

Sapage, N. C. (2011). *Proyectos de Inversion: Formulacion y evaluacion.* Chile: Pearson.

Seldon, A. (2001). *Dic Economía-Analisis de costos.* Barcelona España: Oikos .

Tomas, O., Chris, A., & Richard, S. (2003). *PUBLICIDAD.* Thomson Editores.

Urbina, G. B. (2002). *Evaluación de proyectos de inversión.* Bogota: Mc Graw.

Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial, Arte y Ciencia en la Creación de Empresas.* Colombia : Pearson Educación.

warren, J. K., & Green, M. s. (2009). *Marketing Global.* Mexico: Pearson.

## k) ANEXOS

**TEMA**

‘´ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRODUCTORA Y COMERCIALIZADORA DE MERMELADA DE VERDURAS EN LA CIUDAD DE LOJA´´

### a. PROBLEMÁTICA

Según Betty Sánchez los proyectos de inversión son un proceso de análisis a que se someten las propuestas de inversión para determinar la conveniencia o no de emprender una acción de inversión específica.

En si buscan la satisfacción de una necesidad o el aprovechamiento de una oportunidad, en donde se asigna un capital y se emplean diferentes recursos para su realización con la finalidad de obtener rentabilidad por un bien o servicio.

En nuestro país dentro del ámbito político se muestran las leyes o reglamentos que se encuentran vigentes y bajo los cuales las empresas deben regirse para su funcionamiento como son el apoyo al emprendimiento, políticas industriales del Ecuador y la ley de compañías que regulan la sostenibilidad y desarrollo empresarial.

El cambio de la matriz productiva está logrando una diversificación sobre el desarrollo de industrias en diferentes ámbitos, mejorando los sistemas de valor agregado, y con ello poder diferenciar nuestros productos.

Socialmente la creación de nuevas empresas contribuyen a mejorar la calidad de vida de la población y la disminución del desempleo por medio de la generación de fuentes de trabajo, dado que es uno de los principales objetivos que se desea cumplir, para cubrir necesidades y así mismo lograr un mayor impulso a la actividad emprendedora ecuatoriana; la economía se sostiene en varios aspectos en los que se desarrollan las actividades industriales económicas y que representan fuentes de ingresos muy representativas para el país como la manufactura, petróleo, construcción, agricultura, alimentación etc. generando un aumento en el desarrollo productivo y una importante participación dentro del PIB.

La industria de alimentos y bebidas tiene una participación del 38% en el PIB, dentro de este sector se encuentra la comercialización de mermelada y comúnmente su consumo, habiendo gran demanda y comercialización de mermeladas de frutos también existen otras alternativas en las que necesariamente no se utilizaría como ingrediente principal las frutas, este es el caso de las verduras que comúnmente son utilizadas para preparar ensaladas y otros tipos de alimentos.

Existe gran variedad de verduras y que sobre todo en nuestra provincia se dan en gran cantidad las cuales no son aprovechadas al máximo para la elaboración de productos derivados de ellas, se cuenta con la materia prima necesaria y el fácil acceso a ella para la elaboración de este producto, en cuanto a la tecnología cambiante y que cada vez existe mayor innovación podemos indicar que las maquinarias para la elaboración de este producto representa una gran inversión para poder adquirirla con la finalidad de utilizar los mejores procesos productivos y un alto nivel de calidad.

De la observación realizada sé evidencia que no hay un mayor consumo de mermelada de verduras por su escasa utilización en esta presentación, la misma que no es muy conocida y consumida tradicionalmente como la mermelada de frutas, de esta manera se identifica que los proveedores realizan la distribución de esta mermelada en pocas cantidades ya sea por desconocimiento de los consumidores sobre este producto, teniendo en cuenta que las marcas ya establecidas son las más adquiridas por los consumidores  a diferencia de otras, corriendo el riesgo de que por el hecho que el producto no este posicionado o no sea conocido no logre la aceptación del cliente o el interés en su consumo.

Los competidores son en gran mayoría empresas que cuentan con un producto de calidad, buen sabor y precio, así mismo gran demanda de mermelada de frutas logrando cubrir este mercado con variedad de presentaciones tango en cantidad y presentación.

El poco valor que se le da al uso de verduras para la preparación de alimentos más saludables, la falta de interés en información acerca de las propiedades nutritivas acerca de las mismas, los factores que afectan en la dieta alimentaria son la obesidad, consumo de comida rápida y otros alimentos.

Los hábitos alimenticios hoy en día debido a diferentes aspectos que dificultan una alimentación sana y rica en nutrientes conllevan a un sedentarismo y falta de concientización sobre su alimentación y como afecta a la salud, la resistencia a los cambios, falta de costumbre producen una escasa demanda en la adquisición de estos productos, sustituyéndolos con productos con altos niveles de azúcar debido a su precio accesible, fácil adquisición y gran demanda. Provocando enfermedades que hoy en día son muy comunes.

De acuerdo a estos antecedentes se ha creído conveniente realizar un ‘’Estudio de factibilidad para la creación de una empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras en la ciudad de Loja’’.

## b. JUSTIFICACIÓN

En el presente proyecto se plasmaran todos los conocimientos adquiridos como estudiante de la carrera de Administración de Empresas, los cuales serán empleados para desarrollar una correcta gestión empresarial en todas

las actividades a efectuarse, y de la misma manera llevar adecuadamente su ejecución que nos servirá de apoyo como futuros emprendedores.

El Ministerio de educación y salud promueve el consumo alimentos saludables, desplegando programas educativos para una sana nutrición mejorando hábitos alimenticios; aprovecharemos al máximo los recursos que servirán como medio para lograr este propósito, aportando con un producto natural, de calidad y buen sabor, tomando en cuenta gustos y preferencias de los consumidores.

Dentro de este sector en la industria de alimentos y bebidas, se pretende lograr la creación de productos que constituyan un beneficio para la sociedad así como también su innovación, contribuyendo al cabio y mejoramiento de la matriz productiva.

El apoyo al emprendimiento por parte del estado a la ciudadanía es latente puesto que se evidencia centros de desarrollo empresarial y apoyo al emprendimiento, así como también los financiamientos de la Corporación financiera Nacional.

Mediante este estudio se busca lograr el incremento de emprendimientos en la localidad mediante el conocimiento de la existencia de este apoyo por parte del gobierno nacional con la finalidad de que la ciudadanía obtenga beneficios y facilidades para la implementación de su negocio.

De acuerdo a ello se ha creído conveniente realizar un estudio de factibilidad para la creación e implementación de una empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras, el cual es un producto saludable que mejorará la dieta alimentaria, puesto que en la actualidad los clientes adquieren comúnmente mermelada de frutas con un nivel alto en azúcar que a la larga puede aumentar el riesgo de enfermedades.

Es por ello que la posibilidad del desarrollo de este estudio es alta, de acuerdo a los antecedentes expuestos anteriormente, se cuenta con la disponibilidad de emplear recursos: materiales, económicos y de trabajo y así mismo hacer una previsión de condiciones óptimas para su ejecución. Proporcionando a la ciudadanía Lojana de un producto nuevo e innovador.

## c. OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una empresa de producción y comercialización de mermelada de verduras en la ciudad de Loja.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado que permita identificar la oferta y la demanda, así como también los canales de distribución o comercialización existentes en el mercado de la ciudad de Loja.

- Desarrollar un estudio técnico para establecer el tamaño y localización del proyecto, equipos e instalaciones requeridas para realizar la producción de mermelada de verduras.
- Realizar un estudio económico financiero para determinar la viabilidad de la implementación de la empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras.
- Realizar una evaluación financiera del proyecto para conocer la rentabilidad y el beneficio económico para determinar la posibilidad de producir y comercializar mermeladas de verduras en la ciudad de Loja.

## d. METODOLOGÍA

Para el desarrollo del estudio de factibilidad para la implementación de una empresa productora y comercializadora de mermelada elaborada a base de verduras en la ciudad de Loja, se recopilaran datos e información necesaria para la ejecución del proyecto.

El mismo que lo realizará en la zona urbana de la ciudad de Loja, en la que se han considerado a 170 280 habitantes según el censo 2010 tomados de los datos del INEC con una tasa de crecimiento poblacional del 2,65%.

El estudio a realizarse es de tipo cuantitativo, descriptivo analítico, es por ello que mediante el estudio cuantitativo se establece una guía organizada de cómo se va a ejecutar el proyecto; como estudio descriptivo permite conocer las características, variables y procedimientos acerca de la población objeto

de estudio, por otra parte analítico porque se realizan síntesis y análisis detallados de resultados y demás datos obtenidos dentro de la investigación.

- **Método de la recolección de datos**

Para la realización de la investigación se considerará a la población de la ciudad de Loja, dentro de la misma identificamos nuestra población objeto de estudio, también se ubicarán a los posibles consumidores de nuestro producto, proveedores que nos abastezcan de materia prima y competidores que ofrezcan el mismo producto o similares.

- **Técnica de recolección de datos**

**Observación directa.-** Se utilizará para obtener datos reales que son constatables visualmente sobre el medio en el que se comercializa este tipo de productos y la aceptación que tiene por parte de los clientes.

**Entrevista.-** Esta técnica permitirá conocer acerca de la oferta del producto en el mercado la misma que se aplicará a los dueños o administradores de establecimientos que ofrecen productos similares, como son los autoservicios y supermercados de la ciudad de Loja, ayudándonos a obtener información sobre la participación de dichos productos, el número de entrevistas que se aplicarán serán 6 ya que se considerarán los locales comerciales de acuerdo a los sectores de la ciudad 2 norte, 2 centro y 2 sur.

**Encuesta.-** Se estructurará un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se podrá conocer la opinión de la población sobre el tema de estudio, establecida para el conocimiento de aspectos significativos para el desarrollo de la investigación.

Se aplicarán 397 encuestas en la ciudad de Loja, las mismas que se distribuirán por sectores de la ciudad en los que se encuentran los principales locales comerciales en donde las familias adquieren este producto, de los cuales se tomaron en consideración 12.

- **Norte:** 4 locales comerciales = 123 encuestas
- **Centro:** 5 locales comerciales = 140 encuestas
- **Sur:** 3 locales comerciales = 134 encuestas
- **Total:** 12 locales comerciales, 397 encuestas

## ANEXO 2 ENCUESTA REALIZADA A LOS DEMANDANTES

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**
**FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

En calidad de estudiante del décimo ciclo paralelo ‘’B’’ de la Carrera de Administración de Empresas, me dirijo a usted con la finalidad de solicitar comedidamente se digne responder a la siguiente encuesta, la misma que me permitirá recoger información veraz y precisa para desarrollar mi trabajo de tesis titulado ‘’Estudio de Factibilidad para la producción y comercialización de mermelada de verduras en la ciudad de Loja’’, por la favorable aceptación y disponibilidad, le reitero mis más sinceros agradecimientos.

### ENCUESTA

1. **¿En su familia se consume mermelada? Si su respuesta es no finaliza la encuesta.**

   Si ( )

   No ( )

2. **¿Qué cantidad de mermelada consume semanalmente? (escoger solo una opción)**

| | |
|---|---|
| De 100-250 g | |
| De 251-400 g | |
| De 401-550 g | |
| De 551 o más | |

3. **¿De los siguientes sabores cual ha consumido?**

| **SABOR** | |
|---|---|
| *Fresa ( )* | *Durazno ( )* |
| *Mora ( )* | *Guayaba ( )* |
| *Piña ( )* | *Verduras ( )* |

4. **¿Qué marca de mermelada consume habitualmente?**

   Facundo ( ) Gustadina ( )

   Snob ( ) La costeña ( )

   Arcor ( ) San Jorge ( )

5. **¿En qué lugares adquiere este producto?**

   Tiendas ( ) Bodegas ( )

   Supermercados ( ) Mercado ( )

6. **¿En su familia se ha consumido mermelada de verduras (remolacha, alfalfa, piña y miel de caña)?**

   Si ( ) No ( )

7. **¿Si la respuesta anterior fue SI. ¿En qué lugares ha adquirido este producto?**

   Tiendas ( )

   Supermercados ( )

   Otros ( )

   Cuales……..

8. **¿Sabía usted que las verduras como la remolacha actúan positivamente en su dieta alimentaria ya que son ricas en minerales como hierro, zinc, fosforo, potasio, calcio, magnesio y micronutrientes imprescindibles para el buen funcionamiento de nuestro organismo?**

Si ( ) No ( )

9. **¿Si se creara una empresa productora y comercializadora de mermelada de verduras usted estaría dispuesto a adquirir este producto? Si la respuesta es no finaliza la encuesta.**

Si ( ) No ( )

10. **¿En qué cantidad y frecuencia estaría dispuesto a consumir esta mermelada?**

| | |
|---|---|
| De 100-250 g | |
| De 251-400 g | |
| De 401-550 g | |
| De 551 o más | |

11. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un frasco de mermelada de verduras de 227 gramos?**

$2,00 ( ) $ 2,25 ( )

$2,70 ( ) $3,00 ( )

12. **¿Qué características consideraría importantes para adquirir este producto?**

Calidad ( ) Precio adecuado ( )

Sabor ( ) Ingredientes ( )

13. **¿En qué presentación le gustaría consumir este producto?**

Envase de vidrio ( ) Envase de plástico ( )

DOY PACK ( ) Sachet ( )

14. **¿En qué lugares le gustaría adquirir esta mermelada?**

Tiendas ( ) Bodegas ( )

Supermercados ( ) Mercado ( )

15. **¿Qué tipo de promoción le gustaría adquirir por la compra de este producto?**

Descuentos por compra ( )

Producto adicional por la compra ( )

Cupones para sorteos de regalos a fin de mes ( )

Etiquetas con premios sorpresa por la compra del producto ( )

16. **¿Por qué medio de comunicación le gustaría que se dé a conocer la existencia de este producto?**

| | |
|---|---|
| **TELEVISIÓN** | |
| UV Televisión | |
| CANAL SUR | |
| **RADIO** | |
| Matovelle | |
| Luz y Vida | |
| Poder | |
| **REDES SOCIALES** | |
| Facebook | |
| Instagram | |
| **Otros** | |
| Hojas Volantes | |
| Tarjetas de presentación | |

**SUGERENCIAS**

……

……

……

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**

Para la proyección de los presupuestos se tomó la tasa de inflación anual 2,49%

**Cuadro Nro.69**

| TASA DE INFLACIÓN | |
|---|---|
| **AÑOS** | **Tasa promedio** |
| 2013 | 2,73 |
| 2014 | 3,59 |
| 2015 | 3,93 |
| 2016 | 1,73 |
| 2017 | 0,45 |
| **TOTAL** | 12,43 |
| **PROMEDIO ANUAL** | **2,49** |

**Fuente**: Banco Central de Ecuador

Para la proyección de las remuneraciones del personal de la empresa se consideró el porcentaje de crecimiento del SBU del año 2014 a 2018, obteniendo la tasa de 1,56% de incremento.

**Cuadro Nro.70**

| PORCENTAJE DE PROYECCIÓN DE REMUNERACIONES | | |
|---|---|---|
| **AÑOS** | **SBU** | **%** |
| 2014 | $340,00 | 0,065 |
| 2015 | $354,00 | 0,040 |
| 2016 | $366,00 | 0,033 |
| 2017 | $375,00 | 0,024 |
| 2018 | $386,00 | 0,028 |
| **TOTAL** | | **0,190** |
| | | **1,56** |

**Fuente:** Ministerio de Trabajo.

## ANEXO 3
## PRESUPUESTO MATERIA PRIMA DIRECTA

### Cuadro Nro.71

| Materia Prima Directa | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD** | **Unidad de medida** | **Costo unitario** | **Total** |
| **Alfalfa** | 18.097,00 | Unidades | $ 0,25 | $ 4.524,25 |
| **Remolacha** | 140.776 | Libras | $ 0,10 | $ 14.077,60 |
| **Piña** | 6.183,00 | Unidades | $ 1,50 | $ 9.274,50 |
| **Miel de caña** | 4.146,00 | lt | $ 1,25 | $ 5.182,50 |
| **Ácido cítrico** | 9.566,00 | gramos | $ 0,02 | $ 191,32 |
| **Total 1 mer año** | | | | $ 33.250,17 |
| **Total 2 año** | | | | $ 34.078,10 |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 3.A
## PROYECCIÓN MATERIA PRIMA DIRECTA

### Cuadro Nro.72

| AÑOS | CAPACIDADES | INCREMENTO (2,49%) |
|---|---|---|
| Año 1 | 72.388 | $ 33.250,17 |
| Año 2 | 72.388 | $ 34.078,10 |
| Año 3 | 72.388 | $ 34.926,64 |
| Año 4 | 72.388 | $ 35.796,32 |
| Año 5 | 72.388 | $ 36.687,65 |

## ANEXO 4
## PRESUPUESTO MATERIA PRIMA INDIRECTA

### Cuadro Nro.73

| Materia Prima Indirecta | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD** | **COSTO** | **TOTAL** |
| Envases de plástico | 72.388 | $ 0,20 | $ 14.477,53 |
| Etiquetas | 72.388 | $ 0,05 | $ 3.619,38 |
| **Total año 1** | | | **$ 18.096,92** |
| **Total año 2** | | | **$ 18.547,53** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 4.A
## PROYECCIÓN MATERIA PRIMA INDIRECTA

**Cuadro Nro.74**

| AÑOS | CAPACIDADES | INCREMENTO (2,49%) |
|---|---|---|
| Año 1 | 72.388 | $ 18.096,92 |
| Año 2 | 72.388 | $ 18.547,53 |
| Año 3 | 72.388 | $ 19.009,36 |
| Año 4 | 72.388 | $ 19.482,70 |
| Año 5 | 72.388 | $ 19.967,82 |

## ANEXO 5
## PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

**Cuadro Nro. 75**

| Presupuestos de Mano de Obra Directa | |
|---|---|
| **NOMINA** | **Obreros** |
| SUELDO UNIFICADO | $ 386,00 |
| DECIMO TERCERO | $ 32,17 |
| DECIMO CUARTO | $ 32,17 |
| VACACIONES | $ 16,08 |
| FONDO DE RESERVA | $ 32,17 |
| IESS 11.15% | $ 43,04 |
| IECE y SECAP 1% | $ 3,86 |
| TOTAL MES | $ 513,32 |
| # DE OBREROS | 2 |
| **TOTAL AL MES** | **$ 1.026,63** |
| **TOTAL AL AÑO** | **$ 12.319,58** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 5.A
## PROYECCIÓN DE MANO DE OBRA DIRECTA

**Cuadro Nro.76**

| Años | Incremento (7,003%) |
|---|---|
| **1** | $ 12.319,58 |
| **2** | $ 12.903,78 |
| **3** | $ 13.105,08 |
| **4** | $ 13.309,52 |
| **5** | $ 13.517,15 |

## ANEXO 6
## PRESUPUESTO PARA MAQUINARIA

### Cuadro Nro.77

| Presupuesto de Maquinaria y Equipo | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD** | **COSTO** | **TOTAL** |
| Esterilizador | 1 | $ 1.120,00 | $ 1.120,00 |
| Peladora y lavadora de frutas y verduras | 1 | $ 1.300,00 | $ 1.300,00 |
| Tacho cocinador y batidor de dulce | 1 | $ 870,00 | $ 870,00 |
| licuadora Industrial | 1 | $ 250,00 | $ 250,00 |
| Balanza Digital | 1 | $ 140,00 | $ 140,00 |
| Envasadora, selladora y etiquetadora | 1 | $ 2.500 | $ 2.500,00 |
| **Total Año** | | | **$ 6.180,00** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 6.A
## DEPRECIACIÓN PARA MAQUINARIA

### Cuadro Nro.78

| Depreciación de Maquinaria y Equipo | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **AÑOS** | **VALOR ACTUAL ACTIVO** | **VALOR RESIDUAL** | **DEPRECIACION** | **VALOR ACTIVO** |
| 0 | $ 6.180,00 | $ 618,00 | | $ 5.562,00 |
| 1 | $ 5.562,00 | | $ 556,20 | $ 5.005,80 |
| 2 | $ 5.005,80 | | $ 556,20 | $ 4.449,60 |
| 3 | $ 4.449,60 | | $ 556,20 | $ 3.893,40 |
| 4 | $ 3.893,40 | | $ 556,20 | $ 3.337,20 |
| 5 | $ 3.337,20 | | $ 556,20 | $ 2.781,00 |
| 6 | $ 2.781,00 | | $ 556,20 | $ 2.224,80 |
| 7 | $ 2.224,80 | | $ 556,20 | $ 1.668,60 |
| 8 | $ 1.668,60 | | $ 556,20 | $ 1.112,40 |
| 9 | $ 1.112,40 | | $ 556,20 | $ 556,20 |
| 10 | $ 556,20 | | $ 556,20 | |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 7
## PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO DE MAQUINARIA

**Cuadro Nro.79**

| Presupuesto de mantenimiento de maquinaria y equipo | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD MES** | **COSTO UNIT** | **COSTO MENSUAL** | **COSTO TOTAL ANUAL** |
| Mantenimiento de la M y E | 1 | $25,00 | $25,00 | $300,00 |
| **TOTALES** | | | **$25,00** | **$300,00** |

## ANEXO 7.A
## PROYECCIÓN PRESUPUESTO MAQUINARIA Y EQUIPO

**Cuadro Nro.80**

| AÑOS | INCREMENTO 2,49% |
|---|---|
| 1 | 300,00 |
| 2 | 307,44 |
| 3 | 315,06 |
| 4 | 322,88 |
| 5 | 330,89 |

## ANEXO 8
## PRESUPUESTO SUMINISTROS DE TRABAJO

**Cuadro Nro.81**

| PRESUPUESTOS SUMINISTROS DE TRABAJO | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANT.** | **VAL. UNIT.** | **VAL. TOTAL** |
| Guantes (pares) | 2 | $ 8,00 | $ 16,00 |
| Mascarillas (caja) | 1 | $ 6,00 | $ 6,00 |
| Delantales | 2 | $ 18,00 | $ 36,00 |
| Gorros (caja) | 1 | $ 5,00 | $ 5,00 |
| **TOTAL MENSUAL** | | | $ 63,00 |
| **TOTAL ANUAL** | | | $ 756,00 |

## ANEXO 8.A
## PROYECCIÓN SUMINISTROS DE TRABAJO

**Cuadro Nro.82**

| Años | Incremento (2,49%) |
|---|---|
| **1** | $ 756,00 |
| **2** | $ 774,82 |
| **3** | $ 794,12 |
| **4** | $ 813,89 |
| **5** | $ 834,16 |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 9
## PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO

**Cuadro Nro.83**

| PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD** | **VALOR UNITARIO** | **VALOR TOTAL** |
| TOYOTA | 1 | $ 15.000,00 | $ 15.000,00 |
| **TOTAL** | | | $ 15.000,00 |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 9. A
## DEPRECIACIÓN VEHÍCULO

**Cuadro Nro.84**

| DEPRECIACIÓN VEHÍCULOS | | | | |
|---|---|---|---|---|
| **AÑOS** | **VALOR ACTUAL ACTIVO** | **VALOR RESIDUAL** | **DEPRECIACIÓN** | **VALOR ACTIVO** |
| 0 | $ 15.000,00 | $ 3.000,00 | | $ 12.000,00 |
| 1 | $ 12.000,00 | | $ 2.400,00 | $ 9.600,00 |
| 2 | $ 9.600,00 | | $ 2.400,00 | $ 7.200,00 |
| 3 | $ 7.200,00 | | $ 2.400,00 | $ 4.800,00 |
| 4 | $ 4.800,00 | | $ 2.400,00 | $ 2.400,00 |
| 5 | $ 2.400,00 | | $ 2.400,00 | $ 0,00 |

## ANEXO 10
## PRESUPUESTO MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO

**Cuadro Nro.85**

| PRESUPUESTO PARA MANTENIMIENTO DE VEHICULO | | |
|---|---|---|
| **DETALLE** | **VALOR MENSUAL** | **VALOR ANUAL** |
| El mantenimiento del vehículo corresponde al 1% mensual del valor activo | $ 25,00 | $ 300,00 |
| **TOTAL** | | **$ 300,00** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 10.A
## PROYECCIÓN MANTENIMIENTO DE VEHÍCULO

**Cuadro Nro.86**

| Años | Incremento (2,48%) |
|---|---|
| 1 | $ 300,00 |
| 2 | $ 307,47 |
| 3 | $ 315,13 |
| 4 | $ 322,97 |
| 5 | $ 331,01 |

## ANEXO 11
## PRESUPUESTO SERVICIOS BÁSICOS DE PRODUCCIÓN

**Cuadro Nro.87**

| Presupuesto de Servicios Básicos Producción | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **cantidad** | **COSTO** | **TOTAL** |
| Consumo de agua potable metro cubico | 102 | $ 0,21 | $ 21,42 |
| Consumo energía eléctrica kW/h | 610 | $ 0,07 | $ 41,48 |
| **Total** | | | **$ 62,90** |
| **Total Anual** | | | **$ 754,80** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 11.A
## PROYECCIÓN SERVICIOS BÁSICOS

**Cuadro Nro.88**

| Años | Incremento (2,49%) |
|---|---|
| 1 | $ 754,80 |
| 2 | $ 773,59 |
| 3 | $ 792,86 |
| 4 | $ 812,60 |
| 5 | $ 832,83 |

## ANEXO 12
## PRESUPUESTO SUELDOS ADMINISTRATIVOS

### Cuadro Nro.89

| Presupuestos Sueldo Administrativo | | | |
|---|---|---|---|
| **NOMINA** | **Gerente** | **Secretaria** | **CONTADORA** |
| SUELDO UNIFICADO | $ 500,00 | $ 386,00 | $ 386,00 |
| DECIMO TERCERO | $ 32,17 | $ 32,17 | $ 32,17 |
| DECIMO CUARTO | $ 32,17 | $ 32,17 | $ 32,17 |
| VACACIONES | $ 20,83 | $ 16,08 | $ 16,08 |
| FONDO DE RESERVA | $ 41,67 | $ 32,17 | $ 32,17 |
| IESS 11.15% | $ 55,75 | $ 43,04 | $ 43,04 |
| IECE 0,5% | $ 2,50 | $ 1,93 | $ 1,93 |
| SECAP 0,5% | $ 2,50 | $ 1,93 | $ 1,93 |
| **TOTAL MES** | **$ 645,92** | **$ 545,48** | **$545,48** |
| **TOTAL AL AÑO** | **$ 7.751,00** | **$ 6.545,79** | **$6.545,79** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 12.A
## PROYECCIÓN SUELDOS ADMINISTRATIVOS

### Cuadro Nro.90

| Años | Incremento (1.56%) |
|---|---|
| 1 | $ 20.842,58 |
| 2 | $ 21.675,52 |
| 3 | $ 22.013,66 |
| 4 | $ 22.357,07 |
| 5 | $ 22.705,84 |

## ANEXO 13
## PRESUPÚESTO SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN

### Cuadro Nro.91

| Detalle | Cantidad | Costo | Total |
|---|---|---|---|
| Consumo agua potable metro cubico | 102 | $ 0,21 | $ 21,42 |
| Consumo telefónico (pago mensual) | 2 | $ 30,00 | $ 60,00 |
| Internet pago mensual) | 2 | $ 20,00 | $ 40,00 |
| Luz Eléctrica kW/h | 610 | $ 0,07 | $ 42,70 |
| **Total** | | | **$ 164,12** |
| **TOTAL ANUAL** | | | **$ 1.969,44** |

## ANEXO 13
## PROYECCIÓN SERVICIOS BÁSICOS DE ADMINISTRACIÓN

**Cuadro Nro.92**

| Años | Incremento (2,49%) |
|---|---|
| 1 | $ 1.969,44 |
| 2 | $ 2.018,48 |
| 3 | $ 2.068,74 |
| 4 | $ 2.120,25 |
| 5 | $ 2.173,05 |

## ANEXO 14
## PRESUPÚESTO MUEBLES DE OFICINA

**Cuadro Nro.93**

| PRESUPUESTO MUEBLES Y ENCERES | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD** | **COSTO** | **TOTAL** |
| Escritorios | 2 | $ 150,00 | $ 300,00 |
| Sillas Giratorias | 2 | $ 50,00 | $ 100,00 |
| Archivador | 2 | $ 85,00 | $ 170,00 |
| Sillas de Oficina | 5 | $ 45,00 | $ 225,00 |
| **Total Año** | | | **$ 795,00** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 14.A
## DEPRECIACIÓN MUEBLES DE OFICINA
**Cuadro Nro.94**

| AÑOS | VALOR ACTUAL ACTIVO | VALOR RESIDUAL | DEPRECIACIÓN | VALOR ACTIVO |
|---|---|---|---|---|
| 0 | $ 795,00 | $ 79,50 | | $ 715,50 |
| 1 | $ 715,50 | | $ 71,55 | $ 643,95 |
| 2 | $ 643,95 | | $ 71,55 | $ 572,40 |
| 3 | $ 572,40 | | $ 71,55 | $ 500,85 |
| 4 | $ 500,85 | | $ 71,55 | $ 429,30 |
| 5 | $ 429,30 | | $ 71,55 | $ 357,75 |
| 6 | $ 357,75 | | $ 71,55 | $ 286,20 |
| 7 | $ 286,20 | | $ 71,55 | $ 214,65 |
| 8 | $ 214,65 | | $ 71,55 | $ 143,10 |
| 9 | $ 143,10 | | $ 71,55 | $ 71,55 |
| 10 | $ 71,55 | | $ 71,55 | $ 0,00 |

## ANEXO 15
## PRESUPUESTO EQUIPOS DE OFICINA

### Cuadro Nro.95

| Presupuestos de Equipos de Oficina | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD** | **COSTO** | **TOTAL** |
| Sumadora | 1 | $ 25,00 | $ 25,00 |
| Teléfono | 2 | $ 37,50 | $ 75,00 |
| **Total Año** | | | **$ 100,00** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 15.A
## DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE OFICINA

### Cuadro Nro.96

| AÑOS | VALOR ACTUAL ACTIVO | VALOR RESIDUAL | DEPRECIACION | VALOR ACTIVO |
|---|---|---|---|---|
| 0 | $ 100,00 | $ 10,00 | | $ 90,00 |
| 1 | $ 90,00 | | $ 9,00 | $ 81,00 |
| 2 | $ 81,00 | | $ 9,00 | $ 72,00 |
| 3 | $ 72,00 | | $ 9,00 | $ 63,00 |
| 4 | $ 63,00 | | $ 9,00 | $ 54,00 |
| 5 | $ 54,00 | | $ 9,00 | $ 45,00 |
| 6 | $ 45,00 | | $ 9,00 | $ 36,00 |
| 7 | $ 36,00 | | $ 9,00 | $ 27,00 |
| 8 | $ 27,00 | | $ 9,00 | $ 18,00 |
| 9 | $ 18,00 | | $ 9,00 | $ 9,00 |
| 10 | $ 9,00 | | $ 9,00 | $ 0,00 |

## ANEXO 16
## EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

**Cuadro Nro.97**

| Presupuesto de Equipos de Computación | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD** | **COSTO** | **TOTAL** |
| Computadoras | 2 | $ 300,00 | $ 600,00 |
| Impresora | 1 | $ 115,00 | $ 115,00 |
| **Total Año** | | | **$ 715,00** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 16.A
## DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

**Cuadro Nro.98**

| Años | VALOR ACTUAL ACTIVO | VALOR RESIDUAL | DEPRECIACION | VALOR ACTIVO |
|---|---|---|---|---|
| 0 | $ 715,00 | $ 238,31 | | $ 476,69 |
| 1 | $ 476,69 | | $ 158,90 | $ 317,79 |
| 2 | $ 317,79 | | $ 158,90 | $ 158,90 |
| 3 | $ 158,90 | | $ 158,90 | $ - |

## ANEXO 17
## REINVERSIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

**Cuadro Nro.99**

| Presupuesto de Equipos de Computación | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD** | **COSTO** | **TOTAL** |
| Computadoras | 2 | $ 800,00 | $ 1.600,00 |
| Impresora | 2 | $ 124,00 | $ 248,00 |
| **Total Año** | | | **$ 1.848,00** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 17.A
## DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

### Cuadro Nro.100

| Años | VALOR ACTUAL ACTIVO | VALOR RESIDUAL | DEPRECIACION | VALOR FINAL ACTIVO |
|---|---|---|---|---|
| 0 | $ 1.848,00 | $ 615,94 | | $ 1.232,06 |
| 1 | $ 1.232,06 | | $ 410,69 | $ 821,37 |
| 2 | $ 821,37 | | $ 410,69 | $ 410,69 |
| 3 | $ 410,69 | | $ 410,69 | $ - |

## ANEXO 18
## PRESUPUESTO SUMINISTROS DE OFICINA

### Cuadro Nro101

| Presupuesto de Útiles de Oficina | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD MES** | **COSTO UNITARIO** | **COSTO MENSUAL** | **CANTIDAD ANUAL** | **TOTAL** |
| Caja Esferos | 1 | $ 2,50 | $ 2,50 | 1 | $ 2,50 |
| Resmas de papel bond | 2 | $ 3,00 | $ 6,00 | 10 | $ 60,00 |
| Agendas | 1 | $ 3,50 | $ 3,50 | 3 | $ 10,50 |
| Carpetas | 1 | $ 1,30 | $ 1,30 | 4 | $ 5,20 |
| Caja de grapas | 1 | $ 0,75 | $ 0,75 | 3 | $ 2,25 |
| Tinta para impresora | 3 | $ 25,00 | $ 75,00 | 9 | $ 675,00 |
| Sellos | 2 | $ 9,00 | $ 18,00 | 2 | $ 36,00 |
| Facturas | 1 | $ 10,00 | $ 10,00 | 10 | $ 100,00 |
| Perforadora | 2 | $ 5,60 | $ 11,20 | 2 | $ 22,40 |
| Grapadora | 2 | $ 7,40 | $ 14,80 | 2 | $ 29,60 |
| **Total Mensual** | | | **$ 143,05** | **Total Anual** | **$ 943,45** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 18.A
## PROYECCIÓN SUMINISTROS DE OFICINA

### Cuadro Nro.102

| Años | Incremento (2,49%) |
|---|---|
| 1 | $ 943,45 |
| 2 | $ 966,94 |
| 3 | $ 991,02 |
| 4 | $ 1.015,70 |
| 5 | $ 1.040,99 |

## ANEXO 19
## PRESUPUESTO SUELDO DE VENTAS

**Cuadro Nro.103**

| DETALLE | VENDEDOR |
|---|---|
| Sueldo Básico | $390,00 |
| Décimo Tercero | $32,17 |
| Décimo Cuarto | $32,17 |
| Vacaciones | $16,25 |
| Fondos de reserva | $32,50 |
| Aporte Patronal 11.15% | $43,49 |
| Aporte IECE Y SECAP 1% | $3,90 |
| **TOTAL REMUNERACION** | **$517,97** |
| OBREROS | 1 |
| **TOTAL MES** | **$517,97** |
| **TOTAL AÑO 1** | **$6.215,62** |
| | **$6.215,62** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 19.A
## PROYECCIÓN PRESUPUESTO DE VENTAS

**Cuadro Nro.104**

| Años | Incremento (1,56%) |
|---|---|
| 1 | $ 6.215,62 |
| 2 | $ 6.708,67 |
| 3 | $ 6.813,32 |
| 4 | $ 6.919,61 |
| 5 | $ 7.027,56 |

## ANEXO 20
## PRESUPUESTO PUBLICIDAD Y PROPAGANDA
**Cuadro Nro.105**

| Presupuesto de Publicidad y Propaganda | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **Cantidad** | **COSTO** | **TOTAL** |
| Tarjetas de presentación | 1000 | $ 0,03 | $ 30,00 |
| RADIO PODER (valor mensual) | 1 | $ 120,00 | $ 120,00 |
| **Total Mensual** | | | **$ 150,00** |
| **Total Anual** | | | **$ 1.800,00** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 21.A
## PROYECCIÓN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

**Cuadro Nro.106**

| Años | Incremento (2,49%) |
|---|---|
| 1 | $ 1.800,00 |
| 2 | $ 1.844,82 |
| 3 | $ 1.890,76 |
| 4 | $ 1.937,84 |
| 5 | $ 1.986,09 |

## ANEXO 22
## PRESUPUESTO HERRAMIENTAS

**Cuadro Nro.107**

| Presupuesto de Herramientas | | | |
|---|---|---|---|
| **DETALLE** | **CANTIDAD** | **COSTO** | **TOTAL** |
| Tamiz | 2 | $ 25,00 | $ 50,00 |
| Cilindro | 2 | $ 100,00 | $ 200,00 |
| Mesa de trabajo | 1 | $ 250,00 | $ 250,00 |
| Cucharones de acero inoxidable | 2 | $ 10,50 | $ 21,00 |
| **Total Año** | | | **$ 521,00** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 22.A
## DEPRECIACIÓN HERRAMIENTAS

**Cuadro Nro.108**

| AÑOS | VALOR ACTUAL ACTIVO | VALOR RESIDUAL | DEPRECIACIÓN | VALOR ACTIVO |
|---|---|---|---|---|
| 0 | $ 521,00 | $ 52,10 | | $ 468,90 |
| 1 | $ 468,90 | | $ 46,89 | $ 422,01 |
| 2 | $ 422,01 | | $ 46,89 | $ 375,12 |
| 3 | $ 375,12 | | $ 46,89 | $ 328,23 |
| 4 | $ 328,23 | | $ 46,89 | $ 281,34 |
| 5 | $ 281,34 | | $ 46,89 | $ 234,45 |
| 6 | $ 234,45 | | $ 46,89 | $ 187,56 |
| 7 | $ 187,56 | | $ 46,89 | $ 140,67 |
| 8 | $ 140,67 | | $ 46,89 | $ 93,78 |
| 9 | $ 93,78 | | $ 46,89 | $ 46,89 |
| 10 | $ 46,89 | | $ 46,89 | $ 0,00 |

## ANEXO 23
## PRESUPUESTO DE LIMPIEZA Y ASEO
### Cuadro Nro.109

| DETALLE | CANTIDAD MENSUAL | COSTO UNIT | COSTO MENSUAL | CANTIDAD ANUAL | COSTO TOTAL ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|
| Escobas | 1 | $2,00 | $2,00 | 3 | $6,00 |
| Trapeador | 1 | $3,00 | $3,00 | 3 | $9,00 |
| Recipientes Plásticos | 2 | $2,00 | $4,00 | 6 | $24,00 |
| Guantes (caja) | 2 | $1,30 | $2,60 | 8 | $20,80 |
| Desinfectantes (Galón) | 2 | $6,00 | $12,00 | 8 | $96,00 |
| Franelas | 2 | $1,50 | $3,00 | 8 | $24,00 |
| Recogedores | 1 | $3,00 | $3,00 | 2 | $6,00 |
| **TOTAL** | | | **$29,60** | | **$185,80** |

**Elaboración:** La Autora

## ANEXO 23.A
## PROYECCIÓN DE LIMPIEZA Y ASEO
### Cuadro Nro.110

| AÑOS | INCREMENTO 2,49% |
|---|---|
| 1 | 185,80 |
| 2 | 190,43 |
| 3 | 195,17 |
| 4 | 200,03 |
| 5 | 205,01 |

## ANEXO 24

## PRESUPUESTO ARRIENDO

### Cuadro Nro. 111

| DETALLE | CANTIDAD MES | COSTO UNIT | COSTO MENSUAL | CANTIDAD ANUAL | COSTO TOTAL ANUAL |
|---|---|---|---|---|---|
| Local arriendo | 1 | COSTO UNIT | $400,00 | 12 | $4.800,00 |
| **TOTAL** | | | **$400,00** | | **$4.800,00** |

## ANEXO 24.A

## PROYECCIÓN PRESUPUESTO ARRIENDO

### Cuadro Nro.112

| AÑOS | INCREMENTO 2,49% |
|---|---|
| 1 | 4800,00 |
| 2 | 4919,52 |
| 3 | 5042,02 |
| 4 | 5167,56 |
| 5 | 5296,23 |

# INDICE

Carátula…… i

Certificación…… ii

Autoría…….…..……. iii

Carta de Autorización……..…..….. iv

Dedicatoria……..…….…. v

Agradecimiento……. vi

a. Título……...1

b. Resumen..……..……...…...2

summary……..5

c. Introducción……..……..…8

d. Revisión de Literatura…….…....11

e. Materiales y Métodos……..…40

f. Resultados……..……..….45

g. Discusión……..……..…..67

h. Conclusiones……..……..……..…148

i. Recomendaciones……..…….…...150

j. Bibliografía……..…….……151

k. Anexos……..……..……....153

Índice ……..…182